

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ - TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA,

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Cestovní ruch pro seniory

Tourism for Seniors

Student:

Michaela Plchová

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Jarmil Adamec, Ph.D.

Ostrava 2013

Zadání bakalářské práce

Student: **Michaela Plchová**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6501R006 Ekonomika cestovního ruchu

Specializace: 02 Ekonomika cestovního ruchu

Téma: **Cestovní ruch pro seniory**
Tourism for Seniors

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Metodika zpracování a cíle práce
3. Základní charakteristiky cestovního ruchu
4. Vymezení seniorského cestovního ruchu
5. Analýza cestovního ruchu pro seniory v České republice
6. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

HAŠKOVCOVÁ, Helena. *Fenomén stárí*. 2. vyd. Praha: Havlíček Brain Team, 2010. ISBN 978-80-87109-19-9.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

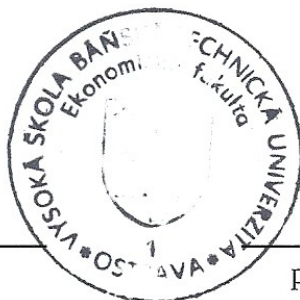
VYSTOUPIL, Jiří et al. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

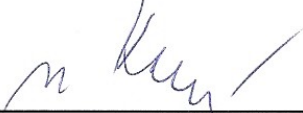
Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jarmil Adamec**

Datum zadání: 23.11.2012

Datum odevzdání: 10.05.2013




Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Čestné prohlášení

„Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Cestovní ruch pro seniory vypracovala samostatně pod vedením Ing. Jarmila Adamce, Ph.D. a uvedla v ní všechny použité literární i ostatní odborné zdroje.“

V Uherském Hradišti dne 10. května 2013


Michaela Plchová

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat svému vedoucímu bakalářské práce Ing. Jarmilu Adamcovi, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady, připomínky a především za podporu a trpělivost při vedení bakalářské práce.

Obsah

1.	Úvod.....	5
2.	Metodika zpracování a cíle práce.....	6
3.	Základní charakteristiky cestovního ruchu	7
3.1.	Cestovní ruch.....	7
3.2.	Průmysl cestovního ruchu	9
3.3.	Ekonomický význam cestovního ruchu	9
3.4.	Typologie cestovního ruchu	10
3.5.	Formy cestovního ruchu.....	11
3.6.	Druhy cestovního ruchu	14
3.7.	Motivační a determinující faktory.....	18
4.	Vymezení seniorského cestovního ruchu.....	19
4.1.	Význam seniorského cestovního ruchu.....	19
4.2.	Specifika seniorského cestovního ruchu	21
4.3.	Senior	22
4.4.	Hlavní rysy cestování seniorů	23
4.5.	Segmenty seniorského cestovního ruchu	25
4.6.	Stárnoucí populace	26
5.	Analýza cestovního ruchu pro seniory v České republice	28
5.1.	Programy pro seniory	28
5.2.	Senior Point.....	31
5.3.	Projekt cestování pro seniory	32
5.4.	Cestovní kanceláře nabízející zájezdy pro seniory	33

5.5.	Dotazníkové šetření	34
5.6.	Souhrn výsledků dotazníkového šetření	43
5.7.	Návrhy a doporučení	45
6.	Závěr.....	47
	Seznam použité literatury	48
	Seznam zkratk.....	50
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
	Seznam tabulek	
	Seznam grafů	
	Seznam obrázků	
	Seznam příloh	
	Přílohy	

1. ÚVOD

V dnešní době se díky zlepšující se životní úrovni obyvatelstva stává cestovní ruch neodmyslitelnou součástí životního stylu a potřeb lidí na celém světě. Sám o sobě je cestovní ruch jedno z nejdynamičtějších ekonomických odvětví, které se neustále rozvíjí a zaměstnává velkou skupinu obyvatelstva. Také v české ekonomice sehrává nepostradatelnou úlohu, a to především ve spojitosti s pozitivními dopady na hospodářství.

Cestovní ruch se řadí do odvětví národního hospodářství a vytváří příležitosti bez velkých investic. Tam, kde se cestovní ruch úspěšně rozvíjí, nabaluje na sebe mnoho dalších činností. Především se snaží oživit kulturní, historické, technické či přírodní atraktivitu. Cestovní zvyky se v průběhu našeho života mění, a to proto, že jsou ovlivněny zejména prostředím, ve kterém žijeme, lidmi kolem nás, životními podmínkami, ale také finanční a politickou situací. V posledních letech se čím dál častěji objevují nové trendy v cestovním ruchu, které ne každý z nás zná.

Bakalářská práce vysvětluje problematiku a význam seniorského cestovního ruchu. Hlavním cílem je vymezit pojem cestovní ruch pro seniory, získat přehled o vývoji a propagaci seniorského cestovního ruchu a analyzovat tuto formu z pohledu seniorů v České republice.

Seniorský cestovní ruch je jednou z forem cestovního ruchu, která je velice rozšířená a oblíbená především mezi seniory. Jedná se o cestování lidí starších 50 let, kteří mají rádi cestování, přírodu, rekreaci, památky, pohodlí, rádi se seznamují a poznávají nové lidi. Jejich segment je charakteristický dostatkem volného času a dostatečným kupním fondem zejména ve vyspělých zemích. Také proto mohou senioři cestovat častěji a na delší dobu. Seniorský cestovní ruch není prospěšný jen pro seniory, ale také pro celou ekonomiku. V dnešní době senioři utváří stoupající potenciál trhu. V budoucnu se počítá se zvyšujícím se zájmem o tuto formu a to především z důvodů růstu počtu účastníků cestovního ruchu, která je dána snižující se úmrtností seniorů.

2. METODIKA ZPRACOVÁNÍ A CÍLE PRÁCE

Bakalářská práce „Cestovní ruch pro seniory“ se zabývá analýzou jednoho z nejvýznamnějších trendů cestovního ruchu poslední doby, a to seniorským turismem. Pro dosažení **hlavního cíle práce**, kterým je vymezení a analýza cestovního ruchu pro seniory v České republice, byl proveden výzkum pomocí dotazníkového šetření. Jeho účelem bylo pokusit se analyzovat profil účastníka seniorského cestovního ruchu v ČR včetně jeho potřeb. Závěrečná práce je rozdělena do dvou základních bloků - na teoretickou a praktickou část. Pro sepsání této bakalářské práce bylo využito studia dostupných odborných knižních zdrojů, ale také elektronických podkladů. Pomocí indukce a dedukce byly vymezeny základní pojmy v oblasti cestovního ruchu a zvláště pak turismu, zkoumané cílové skupiny, tedy seniorů.

V teoretické části je hlavním cílem vymežit pojem seniorský cestovní ruch včetně specifických rysů a segmentů této problematiky. Dále získat přehled o programech pro seniory v České republice, zjistit jaká je propagace tohoto druhu cestovního ruchu.

Praktická část bakalářské práce je věnována zkoumání stavu seniorského cestovního ruchu v podmínkách České republiky. Pojednává o vzniku senior pointů, specializovaných cestovních kanceláří soustředících se na tento tržní segment, konkrétních projektech pro cestování seniorů a zásadní část tohoto bloku tvoří výsledky vlastního dotazníkového šetření, který se zabývá cestováním seniorů, jejich profilem, podmínkami a potřebami. Na základě vyhodnocených výsledků, byla navržena možná vhodná opatření pro efektivnější rozvoj této specifické oblasti cestovního ruchu.

3. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY CESTOVNÍHO RUCHU

3.1. Cestovní ruch

Cestovní ruch je nejen v České republice, ale i v zahraničí velice rozšířeným pojmem. Toto odvětví zahrnuje velké množství služeb a je propojeno s mnoha dalšími odvětvími ekonomiky, díky kterým podporuje jejich rozvoj.

Jak tvrdí Ryglová [9, s. 9], „cestovní ruch bývá definován vícero způsoby, ale žádný z nich není zcela vyčerpávající. Jinak pohlížíjí na toto odvětví cestovní kanceláře, jinak hotely, svůj pohled mají obce a podnikatelé a úplně z jiného úhlu se dívají na cestovní ruch ti, kteří jeho služby konzumují.,,

Cestovní ruch je definován jako činnost osoby, která cestuje na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než 1 rok. Přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. [5]

Definicí cestovní ruchu dle WTO¹ se rozumí dočasná změna místa pobytu, zpravidla ve volném čase za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi. Jedná se o cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, nikoli déle než 1 rok.

Jako další způsob definování cestovního ruchu můžeme použít definici dle Aiest², kde cestovní ruch definujeme jako souhrn jevů a vztahů, vyplývajících z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání. [9]

Cestovní ruch patří mezi mnohostranná odvětví národního hospodářství, které zasahují do řady lidských činností a přináší naší společnosti značnou přidanou hodnotu. Pokud jde o význam cestovního ruchu, byl považován za jiný výraz pro cestování. Dnešní vyjádření cestovního ruchu napomáhá charakterizovat jednotlivé části jeho věcného projevu, formy a druhy účasti obyvatelstva na cestovním ruchu.

¹ WTO = World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu

² Aiest = International Association of Scientific Experts in Tourism – Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu

V rámci cestovního ruchu je každoročně v pohybu velké množství lidí, kteří zpravidla ve svém volném čase opouští svá bydliště na dočasnou dobu a to za účelem rekreace, poznání, styku s lidmi a z mnoha dalších důvodů. Vůdčím motivem tohoto pohybu a pobytu je změna prostředí, kterou člověk plánuje záměrně. Tato změna umožňuje člověku uspokojovat některé jeho potřeby jako např. potřeby odpočinku, klidu, pohybu, poznání, kulturních a estetických zážitků, změny místa atd. Pro uspokojení těchto potřeb není vhodné místo trvalého bydliště, protože neposkytuje dostatek možností a příležitostí nebo neumožňuje dostatečnou kvalitu jejich uspokojení. [5]

Je zapotřebí ho vnímat ve dvou rovinách. První rovina se zabývá oblastí spotřeby, kdy se cestovní ruch bere jako způsob uspokojování potřeb. Kdežto z druhého hlediska se jedná o oblast podnikatelských příležitostí v mnoha oborech lidské činnosti, kdy je významnou součástí ekonomiky společnosti. [9]

V současnosti je mimořádně náročné si v cestovním ruchu udržet pozici na trhu a to především v období silící konkurence evropských a zámořských destinací. Česká republika je ideálním místem pro aktivní turistiku a to díky propracovanému systému značení husté sítě propojených turistických stezek. [9]

Cestovní ruch lze zkoumat pomocí 4 hledisek:

- 1) hledisko ekonomické** zkoumající cestovní ruch z pohledu ekonomických procesů, které jsou nutné k zajištění účasti lidí na cestovním ruchu. Nebo také z hlediska účinků cestovního ruchu v ekonomice státu či regionu,
- 2) hledisko ekologické**, které pozoruje hodnocení potenciálu území pro cestovní ruch a vzájemné vztahy cestovního ruchu s životním prostředím, včetně jeho ochrany,
- 3) geografické hledisko** si všímá cestovního ruchu z hlediska jeho vazby na geografické prostředí, také významu tohoto prostředí pro rozvoj cestovního ruchu, jakožto i vztahem mezi místy bydliště a místy cestovního ruchu,
- 4) sociologické a psychologické hledisko** sleduje cestovní ruch zejména ve vztahu k člověku, jeho potřebám, motivům účasti na cestovním ruchu, a dále v oblasti vzájemných vztahů mezi lidmi, zejména vztahů mezi účastníky cestovního ruchu a místním obyvatelstvem míst cestovního ruchu. [5]

Kdybychom měli shrnout podstatné stránky cestovního ruchu, definovali bychom je jako dočasná změna místa stálého bydliště a dočasný pobyt mimo něj, dále nevýdělečný charakter cesty a pobytu a vztahy mezi lidmi.

3.2. *Průmysl cestovního ruchu*

Definujeme jako souhrn přímých podnikatelských aktivit a hmotných podmínek cestovního ruchu. Jde o soubor ubytovacích a stravovacích služeb, činnost cestovních kanceláří a doprovodných služeb (průvodcovské, animační, dopravní, prodejní síť, finanční služby,...).

Dle Rygllové [9, s. 10] by měl být cestovní ruch vnímán jako průmysl poskytující veškeré služby spojené s cestováním a turistikou. Mezi hlavní sektory průmyslu cestovního ruchu patří:

1) ubytovací sektor, mezi něhož zařazujeme poskytovatele ubytovacích služeb, od hotelových řetězců až po soukromé malé penziony,

2) sektor turistických atrakcí, do kterého patří národní parky, kulturní či historická místa a zajímavosti, tématické parky, botanické zahrady nebo sportovní centra,

3) sektor dopravy, do které řadíme leteckou, železniční, lodní, automobilovou a autobusovou dopravu, dále půjčovny a zprostředkovatelé půjčování vozidel,

4) sektor zprostředkovatelé cestovního ruchu mezi něhož patří touroperátoři, cestovní kanceláře a agentury, sezónní zprostředkovatelé či agenti, organizátoři konferencí, incentivní domy, rezervační systémy atd.,

5) destinační organizace je posledním sektorem, který zahrnuje národní turistické centrály, regionální centra, turistické asociace apod.

3.3. *Ekonomický význam cestovního ruchu*

Cestovní ruch je mnohostranný, průřezový, ale také složitý sociálně, ekonomický jev, který se dotýká celé řady základních ekonomických i mimoekonomických procesů společnosti. Stává se tak významnější složkou spotřeby obyvatelstva, která je důležitým faktorem rozvoje národní i světové ekonomiky. [5]

Ryglová [9, s. 8] tvrdí, že cestovní ruch můžeme chápat z hlediska přínosů pro českou ekonomiku zejména jako:

- exportní odvětví, tedy významný zdroj deviz,
- podíl na tvorbě hrubého domácího produktu,
- významný zdroj pracovních příležitostí,
- prvek restrukturalizace české ekonomiky,
- prostor pro umístění zahraničních investic,
- rostoucí oblast osobní spotřeby, což podporuje zvyšování životní úrovně obyvatel,
- významný potenciální prvek rozvoje regionů,
- sociální aspekt.

3.4. *Typologie cestovního ruchu*

Cestovní ruch je souhrn vztahů a jevů, které mají různý obsah, ale specifikovat ho ve všeobecné rovině je velice těžké, protože se projevuje v různých druzích a formách. Tyto druhy a formy se neustále vyvíjejí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko-technologických možnostech nabídky. Různorodost označení druhů a forem cestovního ruchu potvrzuje i jejich charakteristika v odborných literaturách. [3]

Například V. Malá [12, s. 19], v rámci rozdělení rozlišuje typy cestovního ruchu, které vyjadřují jeho jevové formy a umožňují charakterizovat účastníka cestovního ruchu z hlediska:

- převažující motivace účasti na cestovním ruchu,
- místa realizace,
- vztahu k platební bilanci státu,
- délky pobytu,
- způsobu zabezpečení cesty a pobytu,
- počtu a věku účastníků,
- způsobu financování,
- převažujícího prostředí pobytu atd.

Oproti tomu ostatní autoři používají jiná členění. Kupříkladu P. Bernecker [12, s. 19], rozděluje cestovní ruch na druhy a formy, kde jako rozhodující prvek používá motivaci prostředí. Pro následující vymezení jednotlivých typů cestovního ruchu použijeme právě toto členění.

3.5. *Formy cestovního ruchu*

Jednotlivé formy jsou odvozeny od motivace návštěvníků. Do primárních motivů realizace cestovního ruchu zařazujeme motivy rekreační, kulturní, společenské, ekonomické a specifické. [12]

1) Rekreační cestovní ruch

Jedná se o jednu z nejstarších a nejrozšířenějších forem cestovního ruchu. Společným rysem je pasivní i aktivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí s cílem obnovy fyzických a psychických sil. Velký vliv na organismus a duševní pohodu člověka má pobyt v příznivém životním prostředí zkombinovaný s různými rekreačními aktivitami (procházky, táboření v přírodě, chataření či chalupaření,..). Rekreační cestovní ruch má v poslední době větší význam a to z důvodů zhoršujícího se životního prostředí v místech trvalého bydliště a pracoviště. Tato forma zahrnuje příměstskou rekreaci, pobyty na dovolené a lázeňský cestovní ruch, který používá přírodní léčivé faktory (voda, plyny, peloidy, klima, atd..)

Příměstská rekreace je rekreace probíhající v zázemí měst (např. příměstské parky, rekreační zařízení, vodní plochy, lesy,...). Tato místa jsou využívána, protože mají dobrou dostupnost území, jak městskou dopravou, tak pěšky nebo na kolech. Tato rekreace je víkendovou možností pro druhé bydlení, neboli chataření a chalupaření, ale může se využít i krátkodobě ve všedních dnech.

Lázeňský cestovní ruch je charakteristický pobytem v lázních, ať už za účelem regenerace, poznání nebo sociálních kontaktů. V dnešní době jsou moderní kondiční a preventivně - zdravotní pobyty v lázních. Tento cestovní ruch je pro Českou republiku jednou z forem aktivního cestovního ruchu, protože se ho zúčastní klientela s nadprůměrnými výdaji.

2) Kulturní cestovní ruch

Charakteristické pro tuto formu cestovního ruchu je poznávání jiných kultur, zvyků, tradic, způsobů života, náboženství apod. Kulturní cestovní ruch se dále rozděluje na několik menších forem, jako jsou vzdělávání, alternativní a náboženský cestovní ruch.

Vzdělávací cestovní ruch je motivován získáváním znalostí a dovedností v navštívené destinaci na vlastní náklady návštěvníka nebo organizace, instituce v zemi bydliště návštěvníka. Jedná se o jazykové kurzy, poznávání místních kultur a zvyků. Nezahrnujeme zde studijní pobyty hrazené z prostředků navštívené země (grantů, stipendií aj.). Vzdělávání je formou samostudia místní společnosti, které je podporováno informačními tabulemi, infoboxy, vytvářením naučných stezek apod.

Alternativní cestovní ruch je prováděn v malých skupinách, které respektují potřeby a zvyklosti místního obyvatelstva a jeho životního prostředí. Jde o poznávání života ostatních lidí v jejich domácím prostředí. Jako příklad můžeme uvést agroturistiku či ekoagroturistiku.

Náboženský cestovní ruch můžeme také nazvat jako religiózní či poutní cestovní ruch. Zaměřuje se především na poznávání, ale také na návštěvy a prohlídky religiózních památek (kostelů, katedrál, hřbitovů, poutních míst) aj. Součástí náboženského cestovního ruchu může být i účast na náboženských obřadech a poutích.

3) Společensky orientovaný cestovní ruch

U těchto forem cestovního ruchu jsou návštěvníci motivováni společenským setkáním, které je těmito formami zprostředkováno. Společenský cestovní ruch se dělí na 2 formy.

Návštěva příbuzných a známých je nejrozšířenější formou, která se uskutečňuje v tuzemsku i zahraničí. Koná se z různých důvodů, nejčastěji jde o upevňování rodinných vztahů, účast na společenských událostech (oslavy, promoce,...) nebo se navštěvují kulturní památky či výstavy.

Druhou formou je **klubový cestovní ruch** pro který jsou typické vědomě utvořené skupiny lidí, kteří mají společné zájmy a záliby (sportovní, kulturní či jiné), popřípadě podobně tráví volný čas. Do klubové turistiky zahrnujeme pobyty, které jsou charakteristické bohatým programem, vysokou mírou animace a celkově družným společenským životem.

4) Sportovní cestovní ruch

Pro sportovní cestovní ruch je charakteristický pobyt ve vhodném přírodním prostředí s aktivním vykonáváním různých sportovních činností. Rozdělujeme ho na dvě skupiny, a to na formy s aktivní sportovní činností a s pasivní sportovní činností.

Aktivně orientovaný sportovní cestovní ruch se zaměřuje na pobyty spojené především se sportem, které mají udržovat a posilovat zdraví a prohloubit morální vlastnosti člověka. Jako příklad můžeme uvést horskou či vysokohorskou turistiku, cykloturistiku, mototuristiku, vodní a pěší turistiku, atd. Řadíme sem i specifickou formu, a to tzv. loveckou turistiku, která je zaměřená na pobyty spojené s lovem zvěře či rybolovem.

Pasivní formy sportovního cestovního ruchu můžeme charakterizovat jako tzv. sportovní diváctví. Jde o pasivní účast na sportovních akcích, tzn. že se musí jednat o návštěvu akce, která je mimo místo bydliště účastníka.

5) Ekonomicky orientovaný cestovní ruch

Do této kategorie cestovního ruchu spadají ekonomické, resp. profesní aspekty motivace účastníka. Typické pro tuto formu je, že probíhá převážně v pracovním čase účastníka. Mnohdy obsahuje i prvky cestovního ruchu realizovaného ve volném čase. Řadíme sem obchodní a kongresový cestovní ruch, cestovní ruch veletrhů a výstav a incentivní cestovní ruch.

Jako klasický příklad této formy, resp. profesně orientovaného cestovního ruchu je **obchodní cestovní ruch**. Zahrnuje obchodní i jiné profesně zaměřené služební cesty, které spočívají v různých typech obchodního jednání mezi firmami, institucemi nebo organizacemi, sjednávají se obchodní kontrakty, setkání a jednání managementu.

Kongresový cestovní ruch zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem v kongresovém městě, které jsou zaměřeny na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností. Předmětem je organizování a účast na různých kongresech, konferencích, seminářích, výstavách, sympoziích a veletrzích, které slouží k vědeckým a odborným setkáním a výměně informací na národní či mezinárodní úrovni.

Mezi další formy ekonomicky orientovaného cestovního ruchu patří **cestovní ruch veletrhů a výstav**. U této formy jsou vystavovány a nabízeny produkty a služby s cílem zaujmout účastníky, informovat je a vytvářet si tak kontakty, které vedou k budoucímu

prodeji. Cestovní ruch veletrhů a výstav je často i místem přímého prodeje či místem přímého uzavírání obchodních kontraktů.

V neposlední řadě sem patří i ***incentivní cestovní ruch***, který můžeme nazvat jako stimulační nebo motivační. Je využíván zaměstnavatelem, jako stimul k pracovnímu výkonu, k setkání ve firmě nebo jako odměna za dosažené výkony. Typické pro něj je, že náklady spojené s účastí na tomto typu cestovního ruchu hradí zaměstnavatel, buď zcela nebo v převážné části. Incentivní cestovní ruch může mít podobu dovolené pro nejlepší pracovníky nebo podobu pobytů zaměřených částečně pracovně, spojených s rekreačním či poznávacím programem. Zahraniční praxe může zahrnovat i delší pobyty zájmově orientovaných skupin jako jsou např. skupinové zájezdy pro výherce různých prodejních soutěží.

6) Specificky orientovaný cestovní ruch

Tato kategorie je vymezena na základě specifických motivů účastníka. Jedná se o nákupní, politický nebo vojenský cestovní ruch.

Nákupní cestovní ruch je formou prožitkového cestovního ruchu, který se realizuje na základě zážitků a prožitků z nakupování předmětů v dané destinaci. Jde o nákup zboží nespolečenského charakteru, který je doprovázen místní nebo dobovou atmosférou, kontaktem s prodávajícím atd.

3.6. Druhy cestovního ruchu

Dle Vystoupila [12, s. 19] druhy zohledňují jevový průběh a účinky cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických a společenských podmínkách. Jde o členění na základě vnějších faktorů.

1) dle původu účastníků

Domácí cestovní ruch definujeme jako cestování nebo pobyt občanů mimo místo jejich trvalé bydliště za účelem využití volného času, realizace obchodu nebo profesních povinností. Nesmí trvat déle než 1 rok.

Zahraniční cestovní ruch je oproti domácímu charakteristický překročením státních hranic. Tento pojem je používán z pohledu daného státu a můžeme ho vyjádřit jako souhrn příjezdového a výjezdového cestovního ruchu. *Příjezdový cestovní ruch* je realizován

obyvateli jiných zemí do dané země. Kdežto *výjezdový cestovní ruch* zahrnuje cestovní ruch obyvatel dané země, realizovaný cestou do jiných zemí. Taktéž musí platit, že cesta nebo pobyt je kratší než 1 rok a cílem je využití volného času, podnikání.

2) dle počtu účastníků

Individuální cestovní ruch představuje cesty jednotlivců nebo rodin, kteří cestují samostatně, nikoli však v rámci organizované skupiny. Typickým příkladem je chataření a chalupaření.

Druhým typem je *kolektivní cestovní ruch* představující organizované cestování a pobyty většího kolektivu. Můžeme také hovořit o skupinovém, společenském nebo klubovém cestovním ruchu.

Posledním typem tohoto druhu je *masový cestovní ruch* pro něhož je charakteristická masová účast turistů. Často přináší negativní dopady na prostředí a je protipólem individuálního cestovního ruchu.

3) dle věku účastníků

Dle věku rozlišujeme 2 druhy cestovního ruchu, ale z hlediska segmentace trhu je možné vymezit i další druhy.

Mládežnický cestovní ruch je charakterizován věkovou hranicí 15 – 24 let. Jsou to účastníci cestovního ruchu, kteří už nechtějí cestovat se svými rodiči a vlastní rodinu ještě nemají. Jedná se o tábory, školní výlety, apod.

Do této kategorie spadá i *seniorský cestovní ruch*, se kterým se v následujícím textu budeme podrobněji zabývat.

4) dle délky trvání

Délka trvání se měří počtem přenocování v jednom místě, kde rozlišujeme krátkodobý a dlouhodobý cestovní ruch. Hranice mezi těmito dvěma druhy činí 4 přenocování.

Krátkodobý cestovní ruch můžeme dále členit na *tranzitní* či *pasážerský cestovní ruch*, kdy účastník se do místa pobytu nevrací, dále na *krátkodobý cestovní ruch* (obchodní, který probíhá v průběhu týdne), *výletní cestovní ruch* (bez přenocování) a *víkendový cestovní ruch*, který je charakteristický 1-3 přenocováními.

Oproti tomu do ***dlouhodobého cestovního ruchu*** zařazujeme *lázeňský cestovní ruch*, který trvá 3 týdny a dovolené s více než 4 přenocováními.

5) dle převahy místa pobytu

Tento druh je úzce spojen s typologií středisek cestovního ruchu. Každé středisko nabízí jiný sortiment služeb. Jako příklad můžeme uvést městský, venkovský, přímořský nebo horský cestovní ruch.

Nejrozšířenějším druhem je ***městský cestovní ruch***, který je často koncentrován okolo známých památek a má spíše krátkodobý charakter. Jeho hlavním motivem je návštěva měst, jejich atraktivit, služeb a života v nich.

Opakem městského je ***venkovský cestovní ruch*** (naturální), kde převažuje kontakt s přírodou. Jde o vícedenní pobyt s rekreačními aktivitami na venkově, jako např. procházky a pěší turistika, projížďky na kole či na koni, pozorování a péče o domácí zvířata, konzumace podomácku vyrobených potravin, atd. Typické pro něj je i typ ubytování v soukromí nebo menších hromadných ubytovacích zařízeních. Má různé podoby – agroturistika, ekoturistika, ekoagroturistika, dobrodružný nebo kulturní cestovní ruch, apod.

6) dle ročního období

Cestovní ruch má sezónní charakter a proto můžeme rozlišit tyto kategorie: ***letní a zimní cestovní ruch***, ***cestovní ruch v hlavní sezóně*** a ***mimosezónní cestovní ruch***. Hlavní sezóna je období s příznivými podmínkami pro cestovní ruch, ve kterém cestuje do dané destinace nejvíce návštěvníků. Zatímco mimosezónu je návštěvnost dané destinace daleko nižší a podmínky pro cestovní ruch jsou méně příznivé.

7) dle způsobu ubytování

Hotelový cestovní ruch, ve kterém jsou účastníci cestovního ruchu ubytováni v hromadném ubytovacím zařízení typu hotel, který poskytuje mimo stravovacích služeb i další sortiment služeb. Klasifikujeme ho do pěti tříd dle velikosti, vybavenosti pokojů, kvality a rozsahu daných služeb.

Jako další způsob ubytování jmenujme např. ubytování na chatě, v apartmánu, kempu, karavanu, pod stanem nebo v objektech individuální rekreace (tzv. ***parahotelový cestovní ruch***).

8) dle vlivu na platební bilanci

Toto vymezení je z pohledu ekonomiky velice důležité, protože v souvislosti mluvíme o mezinárodním cestovním ruchu a jeho přínosech (příjmech a výdajích), které vstupují do platební bilance státu.

Aktivní cestovní ruch je generován příjezdy zahraničních turistů do země. Vzniká tady tzv. kladné saldo platební bilance, které znamená, že příjmy z cestovního ruchu převažují nad výdaji.

Oproti tomu, když výdaje cestovního ruchu převyšují příjmy, dojde k tzv. zápornému saldu platební bilance, hovoříme o **pasivním cestovním ruchu**. U tohoto druhu domácí obyvatelé vyjíždějí do zahraničí a tím dochází k odlivu finančních prostředků.

9) dle způsobu cestování (organizace)

U **organizovaného cestovního ruchu** cestu i pobyt zprostředkovává CK³ nebo CA⁴. Účastník si koupí produkt včetně ubytování, dopravy nebo stravování.

Kdežto v **neorganizovaném cestovním ruchu** si jednotlivé služby cestovního ruchu zajišťuje účastník sám.

10) dle způsobu financování

Dle způsobu úhrady nákladů rozlišujeme dva druhy cestovního ruchu. **Komerční cestovní ruch**, u nichž si účastník hradí všechny své výdaje samostatně. A v **sociálním cestovním ruchu** dochází k částečné či plné spoluúčasti na úhradě výdajů. Jako příklad můžeme uvést dětský tábor, lázeňský pobyt nebo incentivní cestovní ruch.

³ CK = cestovní kancelář

⁴ CA = cestovní agentura

3.7. *Motivační a determinující faktory*

Motivační faktory jsou takové faktory, které napomáhají lidem k potřebě rekreace nebo dovolené nebo k potřebě různých aktivit provozovaných ve volném čase. Měly by se promítnout v návrzích propagačních kampaní, ve sděleních.

Lze je rozdělit na více kategorií:

- fyzické (relaxace, klima, zdraví, sportovní aktivity, sex,...),
- emocionální (nostalgie, estetika, milostný vztah, únik, fantazie,...),
- kulturní (gastronomie, prohlídky památek, poznávání historie,...),
- postavení (exkluzivita, módnost,...),
- osobní (návštěva přátel a příbuzných,...),
- osobní rozvoj (učení cizím jazykům nebo získávání nových znalostí,...). [4]

Determinující faktory existují dvojího druhu. První z nich jsou ty, které určují, zda např. zákazník bude nebo nebude moci jet na dovolenou. Mezi ně můžeme zařadit jeho disponibilní část příjmů, pracovní a rodinné závazky nebo množství volného času. Druhými faktory jsou ty, které určují jaké typy výletů nebo cest bude zákazník moci podniknout za předpokladu, že bude moci jet na dovolenou. Ve zkratce řečeno: kam člověk pojede, kdy pojede, a co bude dělat na cílovém místě.

Mezi tyto faktory patří:

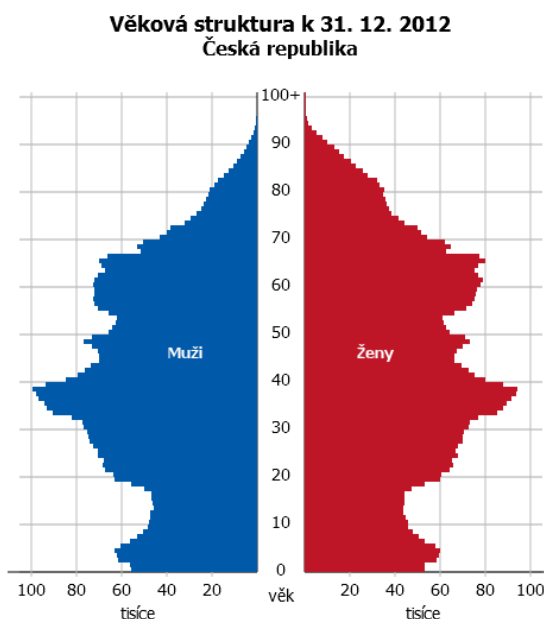
- dostupnost vhodných produktů a informací o produktech,
- minulé zkušenosti zákazníka, jeho rodiny a příbuzných,
- zákaznickovy představy o různých typech dovolených a konkrétních cílech cest,
- zákaznickova obliba určitých druhů dopravy,
- ceny různých typů dovolených a výkyvy měnových kurzů,
- různá roční období, spolu s cenami v místě rekreace,
- názory ostatních členů skupiny, se kterou má zákazník cestovat,
- určité okolnosti lákající zákazníka do míst, která by jinak nenavštívil. [4]

4. VYMEZENÍ SENIORSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

4.1. Význam seniorského cestovního ruchu

Obecně můžeme říci, že seniorský cestovní ruch je cestovním ruchem starší generace, tj. lidí ve věku nad 50 let. Tento pojem spadá do kategorie sociální cestovní ruch, který můžeme nazvat jako cestovní ruch pro všechny. U sociálního cestovního ruchu mluvíme o určitých cílových skupinách, jako jsou rodiny nebo jednotlivci s nízkými příjmy, děti a mládež, osoby fyzicky a mentálně handicapované a právě také senioři.

V posledních letech se neustále zvyšuje atraktivita této formy cestovního ruchu. Je to dáno především strukturou společnosti, která se výrazně mění (viz obr. 4.1). Jde především o postupné stárnutí populace, prodlužování průměrného věku, růst kondice, zlepšování zdravotní péče ve vyspělých zemích, propagaci zdravého životního stylu, zlepšování zdravotního stavu a s ním spojenou vyšší vitální aktivitu v porovnání s minulými generacemi. [1]



Obr. 4.1. Věková struktura obyvatelstva ČR k 31. 12. 2012 [14]

Podíl lidí nad 50 let poměrně rychle roste, což v podmínkách ČR způsobí, že se do seniorského cestovního ruchu budou přemísťovat dobře vybavené skupiny. Pro tyto skupiny bude důležité si užít výsledků své celoživotní práce. Tato skupina se stává nejenom v Evropě, ale také na celém světě objektem zájmu poskytovatelů služeb cestovního ruchu.[10]

Demografický trend Evropy v dlouhodobém měřítku předpokládá, že podíl lidí starších 65 let na celkové populaci poroste. V roce 1950 bylo seniorů 46 mil., kdežto v roce 2000 se počet lidí starších 65 let více než zdvojnásobil na 112 mil. V současné době je Evropa demograficky nejstarším regionem světa a dle prognóz si tuto pozici udrží i nadále (viz. tab. 4.1).

Region	Podíl osob ve věku 65 a více let (v %)			
	2000	2015	2030	2050
Evropa	13,9	16,4	22,1	27,6
Severní Amerika	12,3	14,6	20,4	21,4
Austrálie/Nový Zéland	12,2	15,1	20,2	22,5

Tab. 4.1. Stárnutí obyvatelstva vyspělých regionů světa [16]

Do budoucna, do roku 2066, se očekává, že podíl lidí starších 65 let se zdvojnásobí a bude tvořit 30% celkové populace. Navíc můžeme očekávat, že bude v Evropě dvakrát více seniorů starších 65 let než-li dětí ve věku do 15 let. Z tohoto důvodu se tak zvýší celkový počet turistů, který bude vyvolán rostoucím podílem starších lidí.

V jednotlivých zemích Evropy se současná úroveň a očekávaný vývoj stárnutí výrazně liší. Je to dáno nestejnou dobou ukončení demografické revoluce a také vývojem plodnosti, úmrtnosti a migrace. Tato skutečnost zůstane zachována i nadále, ale proces stárnutí populace bude charakteristický pro všechny země Evropy. Mezi tzv. nejstarší země řadíme např. Itálii, která má podíl osob starších 65 let vyšší než 18%. Oproti Itálii má velmi slabý podíl seniorů Albánie, která nedosahuje ani 6%. Českou republiku můžeme zařadit mezi evropské země, kde intenzita plodnosti i úmrtnosti v posledních letech značně poklesla. Do roku 2050 se pořadí jednotlivých zemí promíchá. Česká republika s téměř 33 % osob ve věku nad 65 let, bude podle prognózy zaujímat šestou pozici v Evropě (viz tab. 4.2.). [16]

2000		2015		2030		2050	
1. Itálie	18,2	1. Itálie	22,4	1. Švýcarsko	30,2	1. Španělsko	37,6
2. Recko	17,3	2. Švédsko	22,3	2. Itálie	28,6	2. Itálie	35,9
3. Švédsko	17,2	3. Švýcarsko	22,1	3. Rakousko	27,9	3. Slovinsko	34,8
4. Španělsko	16,9	4. Recko	21,2	4. Německo	27,7	4. Recko	34,1
5. Belgie	16,7	5. Německo	21,0	5. Švédsko	27,0	5. Rakousko	34,0
22. CR	13,9	12. CR	18,7	11. CR	24,4	6. CR	32,7
39. Moldávie	9,4	39. Arménie	10,3	39. Irsko	16,9	39. Kypr	23,2
40. Arménie	9,4	40. Moldávie	10,2	40. Moldávie	16,5	40. Irsko	21,9
41. Ázerbajdžán	5,9	41. Ázerbajdžán	8,1	41. Ázerbajdžán	15,1	41. Lucembursko	19,7
42. Turecko	5,6	42. Albánie	8,1	42. Albánie	13,1	42. Albánie	18,4
43. Albánie	5,6	43. Turecko	7,2	43. Turecko	11,1	43. Turecko	17,9

Tab. 4.2. Pořadí evropských zemí podle podílu osob ve věku 65 let (v %) [16]

Jelikož mladší senioři jsou zcela nezávislí, cestují individuálně, zatímco zvyšující se ochota ke skupinovému cestování připadá právě na starší seniory. Důvodem jsou především asistenční služby, služby lékaře, aj., které bývají součástí programů pro skupiny. U individuálního cestování jsou tyto služby méně dostupné. [10]

Při přípravě programů pro seniory je důležité brát v úvahu zdraví, kondici i životní styl věkové skupiny. Proto je potřeba fyzickou zátěž přizpůsobit skupině nebo jednotlivcům. Senioři především požadují relaxační procedury, odpočinkové pobyty, ale i vzdělávací, poznávací nebo kulturní akce. [10]

Je důležité si také uvědomit, že seniorský cestovní ruch patří mezi nejrychleji rostoucí segment cestovního ruchu, který představuje nezanedbatelný zdroj příjmů a velký rozvojový potenciál. Jedná se tedy o velmi zajímavou a stále se rozšiřující skupinu zákazníků. [1]

4.2. *Specifika seniorského cestovního ruchu*

Pro seniory odpovídá nabídka na trhu svým obsahem potřebám, zájmům, fyzickým a ekonomickým možnostem této generace. Senioři mají své potřeby a cíle, a proto vyžadují osobní formu nabídky, balíky služeb, speciální jídla a především příjemnou a ničím nerušenou atmosféru.

Mezi základní znaky seniorské turistiky patří:

- preference cestování ve skupinách,
- upřednostnění služeb vysoké kvality, pohodlí,
- orientace na domovskou zemi,
- cestování mimo sezónu z důvodů dostatku času a možnosti slev,
- preference komplexně zajištěných služeb (speciální seniorské programy),
- programově se orientuje na relaxační, odpočinkové a poznávací pobyty, kulturní a vzdělávací akce,
- fyzickou zátěž je třeba přizpůsobit možnostem skupiny a jednotlivců,
- při sestavování itineráře je nutné brát v potaz odlišný denní režim,
- stravování, kdy vhodnější je výběr z jídelního lístku nebo švédské stoly, nabídka možnosti speciálního stravovacího režimu (diety),

- vyšší záruka bezpečnosti,
- výběr vhodných druhů sportovních aktivit,
- odjezd, příjezd z domova (vyzvednutí z domova),
- vyšší standard ubytování (pohodlné lůžko, madla pro přidržení na sociálních zařízeních, protiskluzové podložky, bezbariérový přístup, výborné osvětlení, ...).

4.3. Senior

Senior je osoba v produktivním věku (tzv. třetím věku), jednoduše řečeno je to účastník seniorského cestovního ruchu. Jak zmiňuje Hesková [3, s. 31] každý senior má své potřeby, zájmy a především cíle, které by si chtěl splnit. Tito lidé jsou méně pohybliví, a proto vyžadují osobní formu nabídky, jako jsou např. balíky služeb, speciální a dietní jídla a především příjemnou atmosféru.

Výklad pojmu senior se vyvíjí v čase a liší se hlavně podle okolností. Senioři, kteří bydlí s rodinou mají více chuti do života a větší pocit seberealizace. Důkazem toho je pro ně i ekonomická situace, která je únosnější, než kdyby žili sami nebo v domově důchodců. Také více cestují, a to v doprovodu členů rodiny, která je udržuje stále v dobrém psychickém stavu. Seniorsy zařazujeme do typické cílové skupiny pro poznávací autokarové zájezdy a nenáročnou pěší turistiku. [10]

Stáří

Pojem senior je obecně spjatý se stářím člověka a to proto, že stáří je nevyhnutelnou perspektivou každého. Mladší věkové kategorie se o stáří kolem sebe nezajímají. Je to však chyba, protože existuje tolik informací o tom, že celá naše i světová společnost stárne. A proto bychom neměli nechat tuto problematiku spát a měli bychom se s tím pokusit něco udělat, především reformovat současný problematický udržitelný důchodový systém. [2]

Stáří je v posledních letech hodně probírané téma a to především proto, že se výrazně mění struktura společnosti, protože každý člověk stárne, ale každý jinak. Na celém světě přibývá starých lidí. Musíme ale podotknout, že vnímání tohoto pojmu je značně nejednotné, zejména z pohledu konkrétního stáří.

V dnešní době se dle Haškovcové [2, s. 20] druhá polovina lidského života rozděluje na toto období:

- střední nebo též zralý věk (45 – 59 let)
- vyšší věk nebo rané stáří (60 – 74 let)
- stařecký věk, neboli sénium, vlastní stáří (75 – 89 let)
- dlouhověkost (90 let a výše).

Na skutečně starých lidech (75+) je viditelné snížení fyzických i psychických sil. Objevují se nepřehlédnutelné změny na jejich zevnějšku a to především ve tváři, v chůzi, gestech. U mužů vlasy řídnou, kdežto u žen šediví. Ženám se objevují vrásky. Jejich svalstvo je ochablé a jeho pružnost klesá. Postava se nachyluje a pohyby se stávají čím dál víc zpomalenější. Ne nadarmo se říká, že „starý člověk roste do země“. V případech smyslů také dochází ke stárnutí, mají stabilnější čich, u hmatu je pozorována vyšší citlivost, kdežto chuťové buňky bývají oslabeny. Ušetřena od stárnutí není ani psychika. Starý člověk nevnímá ostře a to proto, že hůře vidí, slyší a obtížně se orientuje v praktickém životě. Mluví spíše tiše, rychle a nezřetelně. [2]

4.4. *Hlavní rysy cestování seniorů*

Podle zprávy ČCCR⁵ se životní úroveň stejně jako životní filozofie seniorů během posledních let značně změnila. Zatímco v minulosti se senioři při vybírání zájezdů a dalších služeb cestovního ruchu orientovali takřka výhradně podle ceny, dnes si díky vyšším příjmům mohou dovolit kvalitní dovolenou.

Zlepšila se i zdravotní péče, což také přispělo k tomu, že se dnešní senioři v důchodovém věku ještě vůbec necítí staří a chtějí nadále žít aktivně. Chtějí především aktivně odpočívat a udržovat se ve fyzické i duševní kondici. A proto by jim ubytovací zařízení měla poskytnout dostatek sportovního vyžití. Jako ideální je plavání v bazénu, cvičení v posilovně a pěší i cyklistické výlety, ale zároveň určitý komfort, který odpovídá potřebám jejich věku. [10]

⁵ ČCCR = Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism

Nabídka seniorského cestovního ruchu by měla zahrnovat i kulturní aktivity a možnosti poznávání. Starší senioři uvítají především individuální přístup hotelového personálu a snahu vyhovět i speciálním přáním. Z hlediska přístupnosti by měl být v každém ubytovacím zařízení zajištěn bezbariérový přístup.

Specifické rysy seniorů - turistů:

- upřednostňují služby vysoké kvality, za které si rádi připlatí,
- jsou ochotni cestovat mimo pracovní dny volna,
- využívají mimosezónních slev,
- rádi nakupují dopředu - jsou tak ideálními zákazníky pro nabídku typu first minute,
- očekávají důkladnou organizaci cesty bez stresových situací,
- nepodléhají sezónním vlivům,
- uskutečňují největší počet přenocování,
- často cestují s vnoučaty,
- rádi cestují do zahraničí, ale jsou vděčnými účastníky i domácího CR⁶,
- málokdy používají při placení za poskytnuté služby platební kartu,
- výjimečně si objednávají zboží a služby přes internet,
- jsou nedůvěřiví, nároční na kvalitu ubytování, stravování a dalších služeb,
- jsou rizikovější z hlediska možných zdravotních obtíží a úrazů,
- vyhledávají ubytování v klidné části hotelu, s výtahem a bezbariérovým přístupem, pohodlné lůžko, držáky (madla) na přidržení v sociálních zařízeních, výborné osvětlení, stravování s možností výběru jídel z jídelního lístku nebo bufetové stoly, často i nabídku možnosti dietního režimu,
- v přímořských letoviscích požadují blízký a pozvolný přístup do moře.

⁶ CR = cestovní ruch

4.5. *Segmenty seniorského cestovního ruchu*

Účastníci seniorského cestovního ruchu jsou také nazýváni turisty třetího věku. Vyznačují se relativně velkým množstvím disponibilních prostředků a množstvím volného času. Problémem je však přesně určit, koho považovat za seniora. [3]

Není přesně daná věková hranice, od které je člověk zařazen do této skupiny a vnímání pojmu senior je značně nejednotné. Zpravidla to však bývají lidé starší 60 let (resp. 55 let).

Dle Drobné [1, s. 137] se tato věková skupina ještě dále člení na následující segmenty:

„55 – 64 let“

Jedná se o dosud pracující lidi, kteří preferují rekreační a regenerační funkci dovolené. Někteří vyhledávají dražší a exotičtější pobyty a vyžadují velmi vysoký standard kvalitních služeb. U zájezdů požadují zábavný program. Často se jedná o rodiče s odrostlými dětmi, kteří si v tomto věku chtějí vynahradit různé formy zábavy, jichž se dříve museli vzdát (např. návštěva kin, divadel, barů). Tato skupina je finančně nezávislá a také aktivně zdatná.

„65 – 74 let“

Řadíme sem nepracující seniory s dostatkem volného času v průběhu celého roku. Tento segment vyhledává spíše zdravotní a nenáročnou dovolenou, na bližší destinace a pokud možno s výhodnou kombinací ceny a služeb. Často se chtějí vzdělávat a doplnit tak své znalosti z některých oborů, které souvisí s cestováním (geografie, umění, historie).

„Nad 75 let“

Do této skupiny spadají turisté, kteří mají zdravotní problémy, ale přesto cestují. Zaměření zájezdu a program se musí přizpůsobit jejich fyzické a psychické kondici. Tato skupina lidí potřebuje větší pozornost i co do vybavení a rozsahu poskytovaných služeb.

Jako další členění této problematiky můžeme uvést rozdělení dle Ryglové [9, s. 149] na osoby ve věku 50 a více let, dále na věkovou skupinu nad 60 let a v neposlední řadě na osoby ve věku 70 let a starší.

Další skupinou, která byla vymezena teprve nedávno, jsou tzv. šedesátníci. Jde o aktivní lidi, kteří končí se svým pracovním zařazením. Tento segment často vyhledává společnost v podobě svých vrstevníků a cestuje ve skupině. Hledají kvalitní a zároveň komplexní dovolenou na jednom místě.

4.6. Stárnoucí populace

Rozsah a tempo stárnutí populace závisí na tom, jaká bude v budoucnu střední délka života, porodnost a migrace. V dnešní moderní společnosti je z dlouhodobého hlediska nízká úmrtnost spolu s nízkou porodností univerzálním faktem. Což znamená, že úmrtnost je v rovnováze s porodností. [11]

Nízká porodnost produkuje populační stárnutí, a proto, pokud se rodí málo dětí a úmrtnost je stabilizovaná, věková struktura populace dostává tvar s malými podíly mladé populace a vyššími podíly populace seniorské.

Ze strukturálního hlediska je populace stárnoucí, jestliže podíl jedinců v seniorském věku narůstá. Celkový počet obyvatel do roku 2066 se oproti současnosti nijak dramaticky nezvýší, ale populace bude mnohem starší (viz. obr. 4.2.). Do věkové skupiny 65 let a více bude spadat 30% Evropanů.



Obr. 4.2. Věková struktura obyvatelstva ČR r. 2066 [15]

Prodloužení délky života sice můžeme považovat za úspěch, ale z pohledu ekonomiky a systému sociálního zabezpečení jednotlivých států budou nastávat problémy. Jde o snižování počtu ekonomicky aktivních obyvatel. V budoucnosti na jednoho důchodce připadnou 2 ekonomicky aktivní osoby, kdežto v dnešní době připadají 4 ekonomicky aktivní lidé. Velký dopad to bude mít i na veřejné finance států EU.

Nový problém představují právě demografické změny, které začínají nepříznivě ovlivňovat mobilitu v městských oblastech. Neustále se zvyšuje počet starších lidí, kteří jezdí automobilem a nevyužívají energeticky úsporné způsoby přepravy, jako jsou cyklistika, chůze nebo používání veřejných dopravních prostředků. Má to nepříznivý vliv na nezávislý život a především na zdravotní stav. [11]

5. ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU PRO SENIORY V ČESKÉ REPUBLICE

5.1. Programy pro seniory

1) Senior Pasy

Senior Pasy jsou projektem, který je určen pro obyvatele s věkem od 55 let a nabízí držitelům zajímavé slevy u poskytovatelů vybraných služeb. Projekt zahrnuje ucelený a jednotný systém slev, který pomáhá seniorům k aktivnímu způsobu života s cílem strávit důstojný způsob života. Tento projekt byl poprvé spuštěn v Jihomoravském kraji, ale v dnešní době je rozšířen i v kraji Olomouckém a nově v kraji Vysočina. Dále se rozšiřuje do Královéhradeckého, Moravskoslezského a Pardubického kraje. [17]



Obr. 5.1. Logo Senior Pasů Zdroj: [17]

Nabídka projektu zahrnuje slevy ve výši 5 – 50% v oblastech zdravotnictví, lázeňství, wellness, cestování, stravování, ubytování, vzdělávání, k návštěvě muzeí, galerií, nebo i spotřebních nákupů. Systém slev lze využívat nejen na jižní Moravě ale po celé České republice, kde je tato sleva poskytována. Na internetových stránkách nebo v časopise Senior Pas najdete seznam poskytovatelů slev a velké množství výhodných a zajímavých nabídek.

Získat kartu Senior Pas může každá osoba starších 55 let. Stačí se jen zaregistrovat na webových stránkách nebo napsat na informační adresu. Poslední z možností, jak ji získat je vyplnit registrační formulář a zaslat ho na kontaktní adresu. Registrovat se můžou jak sami senioři, tak samozřejmě můžou i děti registrovat své rodiče nebo prarodiče. Povinnými údaji pro vydání karty jsou jméno a příjmení, adresa, rok narození a nejvyšší dosažené vzdělání. Mezi doplňující údaje patří telefonní číslo, e-mailová adresa, zájmy a koníčky. Registrace i vydání slevové karty je zdarma. Každý senior, který se zaregistruje obdrží svůj Senior Pas poštou do pěti týdnů.



Obr. 5.2. Slevová karta Senior Pas Zdroj: [17]

V rámci projektu Senior pas jsou pro držitele karet připraveny různé nabídky. Například nabídka poradenství a vzdělávání. Tuto nabídku může držitel karty využít bezplatně. Dozví se informace z oblasti financí, právních služeb, bydlení, investic, spoření nebo sociální oblasti.

2) Klub českých turistů - KČT

Klub českých turistů byl založen v Praze 11. června 1888 skupinou vlastenců. Jedná se o zájmové sdružení aktivních turistů, které působí dodnes v České republice. KČT je členem Evropské asociace turistických klubů, který pořádá turistické akce pro členy i veřejnost. V letošním roce má okolo 40 000 členů, z toho téměř čtvrtinu tvoří mládež. [18]

Symbol klubu je používán od roku 1939, jeho užívání bylo obnoveno v roce 1990 a je chráněn jako ochranná známka. Obsahuje graficky upravený text názvu klubu v národních barvách, dále jako historický symbol vnímá klub prvky turistického značení cest, tj. čtyřbarevné pásové značení. (viz. obr. 5.3.)



Obr. 5.3. Logo Klubu českých turistů Zdroj: [19]

Organizační struktura

Základní jednotkou organizace jsou odbory, které se sdružují do 14 oblastí a vydávají společné kalendáře, volí si své rady a oblasti a připravují své programy činnosti. Těchto 14 oblastí je totožných s hranicemi krajů. Nejvyšší postavení má Ústřední sekretariát KČT, který sídlí v Praze a všechno potřebné zastřešuje. Organizace si vytvořila pomocné rady

klubu českých turistů a to programovou, mapovou, ekonomickou, technickou, radu pro prezentaci, radu Síně slávy, radu pro značení a redakční radu časopisu Turista. Mládež je organizována pomocí Asociace turistických oddílů mládeže (A-TOM). [18]

Každoročně členové KČT organizují přes tisíc akcí, jak pro členy klubu, tak i pro neorganizované zájemce o všechny druhy turistiky (pěší, cyklo, lyžařskou, vodní a vysokohorskou turistiku, mototuristiku, speleoturistiku, turistiku zdravotně postižených nebo nově zavedenou hippoturistiku). Nejdůležitější aktivitou členů KČT je značení turistických tras a jejich pravidelná údržba. Zabývají se značením pěších, lyžařských, cyklistických a cykloturistických tras, ale také značením hipotras. [20]

KČT vydává přes své pražské vydavatelství časopis Turista a opakovaně číslované turistické mapy v měřítku 1 : 50 000, které pokrývají celé území České Republiky.

Výhody a podmínky členství

Klub českých turistů vyvíjí rozsáhlou zahraniční aktivitu a je členem několika mezinárodních turistických organizací jako jsou:

- **Europäische Wandervereinigung (EWV):** evropská turistická asociace sdružující 54 turistických spolků (tj. 6 miliónů členů) z 29 evropských států, cílem organizace je dokončit a udržovat síť 11 dálkových značených tras přes Evropu, vztah turistiky a ochrany přírody, dále uplatnit práva turistů pro volný pohyb v přírodě při EU v Bruselu a informovat o jednotlivých turistických ubytovacích objektech jednotlivých členských spolků,
- **Internationaler Volkssportverband (IVV):** světová organizace lidového sportu sdružující 27 států od Japonska, Izraele přes většinu evropských států až po Kanadu a USA, eviduje 15 miliónů členů, jejím cílem je získat co největší počet lidí pro pravidelný pohyb v přírodě, na akcích zabezpečit společenskou činnost v přijatelných cenových relacích a v neposlední řadě ocenit stálé účastníky akcí IVV velkým počtem diplomů, nášivek a odznaků,
- **International Marching League (IML):** mezinárodní liga chodců má 17 členů, mezi které patří i ČR, kde jde o zářijový dvoudenní pochod v Brně. Pro účastníky několikadenních mezinárodních pochodů byl navržen systém oceňování (evropský chodec, světový chodec). [21]

3) Klub aktivních seniorů (KLAS)

Vychází z rakouského vzdělávacího programu LIMA (kvalita života ve stáří). Jde o aktivizační program pro seniory, který je rozdělen do čtyř hlavních částí. Jednotlivé části ve svém komplexu napomáhají udržovat seniory ve své samostatnosti a soběstačnosti s přihlédnutím na individuální podmínky každého z účastníků. Samotný program trvá 2 hod. Senioři nejsou omezeni věkem ani náboženským vyznáním. Jejich fyzická a psychická zdatnost je potřebná v míře začlenění do sociální a společenské skupiny, běžných komunikačních dovedností a projevů. [22]

V klubu se trénuje především paměť, motorika, nacvičují se různé nové kompetence a prohlubují stávající možnosti, včetně psychohygieny nebo duchovních (morálních) otázek. Tyto kluby vznikají v České republice navázáním spolupráce mezi vlastníkem programu CRSP Brno a zastřešující organizací, která chce mít program KLAS pro své seniory.

5.2. Senior Point

Projekt Senior Point se zaměřuje na podporu života seniorů formou realizace kontaktních míst zejména v okresních městech. Tento projekt funguje v Jihomoravském a Moravskoslezském kraji. První Senior Point byl slavnostně otevřen v září roku 2011 v Jihomoravském kraji, konkrétně v Brně na Mendlově náměstí. Primární cílovou skupinou jsou osoby starší 55 let.

Seniorům je na jednotlivých místech k dispozici vyškolený pracovník, který jim poskytuje informace z oblasti bezpečnosti, sociální a bytové problematiky, prevence, volnočasových aktivit, ale především poskytuje komplexní služby projektu Senior Pas. Součástí je bezplatná právní a finanční poradna. Projekt si klade za cíl zapojit seniory do aktivního způsobu života a chce pomoci seniorům orientovat se v každodenní záplavě informací. [23]

Senior Pointy jsou kontaktní místa pro seniory (od 55 let), kde:

- naleznou komplexní informace z oblasti života, které je zajímají,
- bude jim poskytnuta právní a finanční poradna,
- najít správné informace jim poradí vyškolená obsluha,
- k dispozici mají počítač s přístupem na internet, katalog poskytovatelů slev

projektu Senior Pas, časopisy, které se věnují seniorům,

- v neposlední řadě je připraveno drobné občerstvení ve formě nápoje (voda, čaj, káva).

Postupně vznikla síť kontaktních míst, která v současné době pokrývá téměř celý Jihomoravský kraj a jednu část z kraje Moravskoslezského. Všechna kontaktní místa se nacházejí v centrech měst a slouží jen pro seniory od 55 let. Výhodou je, že jsou bezbariérová s příjemnou obsluhou, k dispozici je sociální zařízení a počítač. [23]

Kontaktní místa	Adresa	Otevírací doba	Datum otevření
Brno - Židenice	Vymazalova 22, Brno 615 00	St 13:00 - 16:00 Čt 9:00 - 12:00	10.9.2012
Blansko	Komenského 14, Blansko 678 01	Po 12:00 - 14:00 St 12:00 - 14:00 Pá 8:00 - 10:00	23.9.2011
Tišnov	Jungmannova 80, Tišnov 666 01	Út 10:00 - 13:00 St 13:00 - 16:00 Pá 10:00 - 13:00	27.9.2011
Hodonín	Národní třída 36, Hodonín 695 01	Po 9:00 - 12:00 St 9:00 - 12:00 Čt 12:00 - 15:00	9.11.2011
Vyškov	Nádražní 7, Vyškov 682 01	Po 10:00 - 15:30 St 10:00 - 15:30	30.11.2011
Břeclav	Svatoplukova 18, Břeclav 690 02	Po 12:00 - 16:00 Čt 8:00 - 12:00	9.12.2011
Znojmo	Náměstí Armády 1213/8, Znojmo 669 02	St 9:00 - 12:00 Čt 9:00 - 12:00 Pá 9:00 - 12:00	13.2.2012
Frýdek Místek	Křížový podchod, Frýdek Místek 738 01	Po 9:00 - 12:00, 13:00 - 15:00 St 9:00 - 12:00, 13:00 - 15:00, Pá 9:00 - 12:00, 13:00 - 15:00	10.1.2013

Tab. 5.1. Síť kontaktních míst Zdroj: vlastní zpracování

5.3. Projekt cestování pro seniory

Cestovní kancelář OK – Tours v rámci svého projektu Cestování pro seniory, který vznikl v roce 2010 s podporou Ministerstva pro místní rozvoj, připravila ucelenou nabídku pobytových zájezdů pro seniory 60+ (některé již od 55+) a jejich doprovod.

Projekt nabízí seniorům a důchodcům pobyty a cestování, které jsou přizpůsobeny jejich možnostem a zájmovým aktivitám. CK svou nabídkou myslí především na potřeby seniorů v důchodovém věku a proto nabízí dovolené a pobyty s kvalitním obsahem. Obsah je sestaven tak, aby vyhovoval zájmům i příjmům seniorů. Zvláštní důraz je kladen na zpřístupnění cestování pro osamělé důchodce, kterým nabízí zvýhodněné produkty bez příplatků za jednolůžkový pokoj.

Nabídku tvoří ozdravné, relaxační a wellness pobyty, dovolené pro penzisty, kulturní akce a zajímavé volnočasové aktivity. Dále si senioři mohou vybrat ze široké nabídky víkendových pobytů i týdenních zájezdů se skupinovým či individuálním programem. [24]

5.4. Cestovní kanceláře nabízející zájezdy pro seniory

Cestovní kanceláře si velmi dobře uvědomují, že s odchodem do důchodu život rozhodně nekončí. Stále více jich proto obohacuje svoji nabídku o pobyty pro seniory. Níže jsou uvedeny některé cestovní kanceláře a agentury, které ve svém portfoliu nabízí nebo zprostředkovávají nabídky pro seniory.

- CK Conti
- CK Atis
- CK Fischer
- CK Quality tours
- CK Datour
- CK Ulysses
- CK ABC – Tours
- CK Kovotour plus
- CA eTravel
- CA SENIOR AGENCY

5.5. Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření spadá do praktické části bakalářské práce. Cílem šetření bylo v rámci celé České republiky získat, analyzovat a především vyhodnotit odpovědi dotázaných seniorů na jednotlivé otázky. Z položených otázek bylo zjištěno, jakým činností se senioři věnují, jak často cestují, s kým a jakým dopravním prostředkem nejraději cestují, kde zájezd vyhledávají, jestli využívají seniorských slev a nebo kolik ročně utratí za cestování.

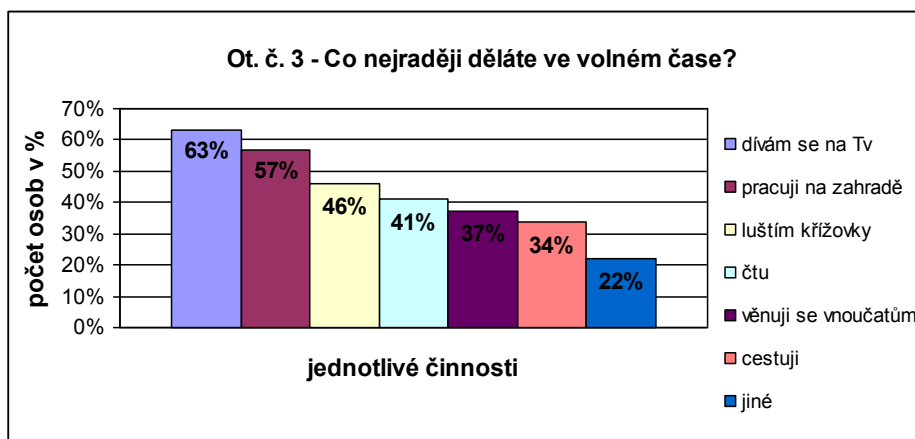
Dotazník se skládá z celkem 18 identifikačních otázek, po kterých následovaly otevřené nebo uzavřené odpovědi. Nejvíce bylo sestaveno uzavřených otázek, ze kterých si mohl respondent vybrat pouze jedinou vhodnou odpověď. Dále se v dotazníku objevila uzavřená otázka, kde mohl respondent zvolit více odpovědí. Otevřená otázka, u které respondent nemá volbu odpovědi, byla použita pouze jedna. Dotazník byl anonymní.

Výhodou dotazníkového šetření je rychlost jeho vyplnění. Dotazník byl k vyplnění přes internet nebo formou osobního setkání s daným respondentem. Jako další výhoda je snadné a ekonomicky nenáročné získání informací od velkého množství dotazovaných. Problémem není najít dostatek respondentů, ale nevýhodou je, že přibývá čím dál více tazatelů a respondenti bývají otráveni a znechuceni odpovídat. Přitom většina dotázaných osob ani předem netuší, na co by měla odpovídat a už dopředu, bez jakéhokoliv přemlouvání a vysvětlování, odmítá komunikovat.

Šetření se zúčastnilo celkem 100 respondentů, z toho 58 žen a 42 mužů. Polovina dotazovaných se zařadila do věkové skupiny 65 – 74 let, druhá nejpočetnější skupina s 37% respondentů byla ve věku 55 – 64 let a nejméně zastoupená skupina s pouhými 13% byli respondenti starší 75 let.

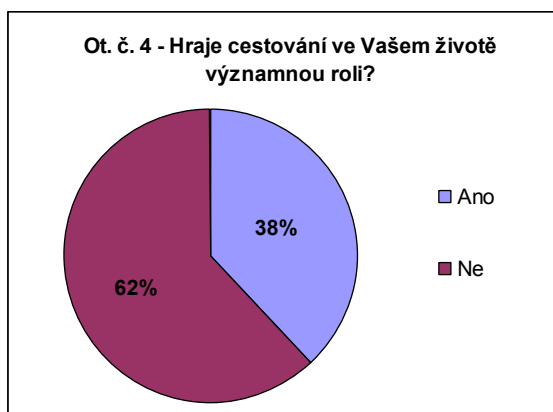
V grafu č. 5.1. bylo možné na uzavřenou otázku volit více odpovědí. Na uvedenou otázku odpovědělo více než 60% seniorů, že tráví svůj volný čas sledováním televize, což bychom mohli označit jako nejméně vhodnou možnost pro tuto věkovou kategorii. Oproti tomu 57% dotázaných žije aktivně a i přes svůj věk pracuje na zahradě. Je tím myšlena práce ve formě sázení květin, plodin, okopávání zahrádky, úprava a úklid zahrady nebo také práce se dřevem. Třetina seniorů ve volném čase luští křížovky, sudoku a 41% si přečte nějakou zajímavou knížku nebo časopis. Senioři, kteří mají vnoučata a mají možnost s nimi trávit volný čas, upřednostňují tuto variantu. Většina dotazovaných nedisponuje velkým

množstvím finančních prostředků, a proto jen 34% využívá volbu cestování a poznání. Jinou možnost trávení volného času, než měli respondenti na výběr, zvolilo 22% seniorů. Uvedli, že nejraději mají např. pěší turistiku, cykloturistiku, práci na PC, sběr hub, hraní karet, pletení, vaření, rybaření, poslech rádia nebo také sportování (volejbal, fotbal, golf,...).



Graf č. 5.1. **Činnosti, které senioři dělají ve volném čase.** Zdroj: vlastní zpracování

Další otázkou jsme se pokoušeli zjistit, zda senioři vyhledávají cestování nebo jsou spíše pro to nikam nejezdit. Byla položena otázka, jestli v jejich životě hraje cestování významnou roli. Jak je patrné z grafu č. 5.2., 62% respondentů odpovídalo záporně. Cestování nevyhledávají vůbec a ani pro ně není tolik důležité. Je to především z důvodu nedostatku finančních prostředků, ze zdravotních problémů nebo proto, že už dle jejich názoru na cestování nemají věk. Jen 38% dotazovaných odpovědělo kladně, a proto můžeme říci, že existují v České republice senioři, kteří jsou v takové situaci, že si dovolenou můžou dovolit. Protože jak jsme zjistili, ne všichni senioři jsou zdravotně způsobilí a proto i když by chtěli cestovat, tak nemohou.



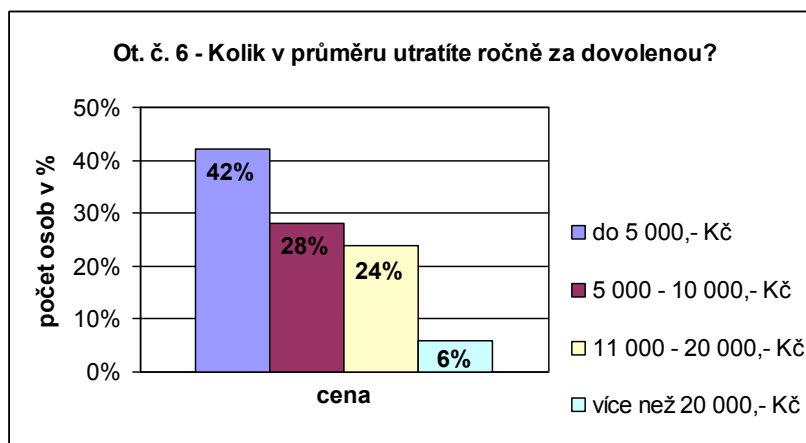
Graf č. 5.2. **Hraje cestování u seniorů důležitou roli.** Zdroj: vlastní zpracování

Do první části dotazníku byla zařazena otevřená otázka: Jak často cestujete (ročně)? Na tuto otázku respondenti odpovídali různorodě, což můžeme vidět v tabulce 5.2. Překvapující bylo, že 29 % dotazovaných cestuje pouze 1x za rok a 26% cestuje 2x ročně. Mezi dotazovanými respondenty se našlo 10%, kteří necestují ani 1x ročně. Hlavními důvody, proč senioři necestují, je především jejich zdravotní stav, nedostatek finančních prostředků nebo proto, že k cestování nemají vztah.

Četnost cestování (ročně)	počet osob
necestuje	10
1x	29
1 - 2x	2
1 - 3x	2
2x	26
2 - 3x	3
3x	9
4x	6
5x	11
10x	2

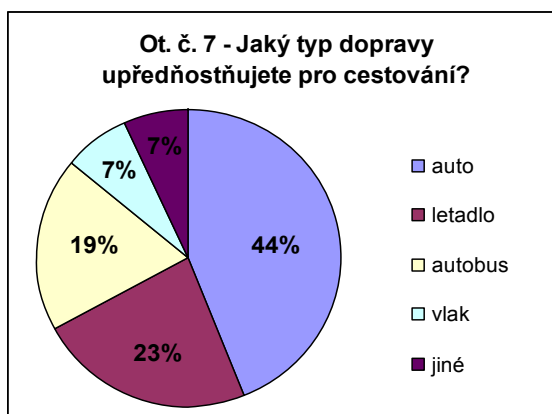
Tab. 5.2. Četnost cestování seniorů (ročně). Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.3. je zaměřen na finanční prostředky za rok, které jsou ochotni respondenti vynaložit za svoji dovolenou. Je zřejmé, že celých 42% respondentů odpovědělo, že utratí nejnižší částku za dovolenou, a to do 5 000,- Kč. Tato odpověď je vůči předcházející tabulce adekvátní, protože okolo 40% seniorů cestuje maximálně 1x do roka nebo necestuje vůbec. Od 5 000,- do 10 000,- Kč za rok utratí za svoji dovolenou 28% respondentů a další skupina 24% seniorů, je ochotna za svoji dovolenou zaplatit v rozmezí od 11 000,- do 20 000,- Kč. Nejvyšší částku, tedy nad 20 000,- Kč, investuje do cestování pouze 6% seniorů.



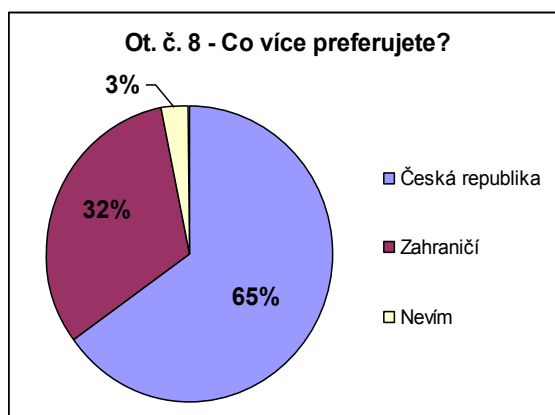
Graf č. 5.3. Roční útrata za dovolenou. Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu č. 5.4. je patrné, že nejvíce dotazovaných (44%) spoléhá na cestování vlastní dopravou, tedy autem. Na rozdíl od autobusové nebo letecké dopravy je přeprava automobilem výhodná především v tom, že se senioři dopraví na místo určení sami a během cesty mohou libovolně zastavovat na přestávky. Převážně starší senioři nad 65 let (23%) se na svoji dovolenou dopravují leteckou dopravou a to z důvodu rychlosti, bezpečnosti, pohodlnosti, vysokého komfortu, ale především proto, že vlastní auto nemají nebo nejsou způsobilí k řízení. Jen o 4% méně seniorů (19%) využívá autobusovou dopravu, která je dle nich finančně dostupná. Dalším důvodem, proč využívají tuto dopravu je, že rádi poslouchají výklad od průvodce, který je po celou cestu informuje. Vlakem cestuje pouze 7% respondentů. Posledních 7% seniorů zvolilo odpověď, že cestují pomocí jízdního kola nebo preferují pěší turistiku.



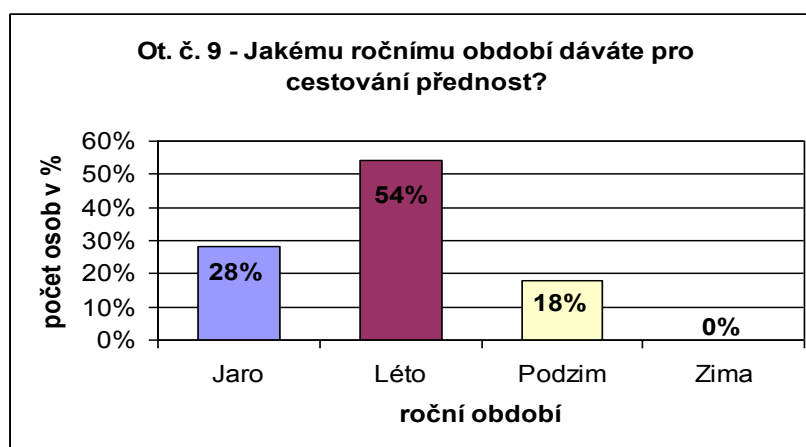
Graf č. 5.4. **Nejčastější doprava pro cestování.** Zdroj: vlastní zpracování

Jak je zřejmé z grafu č. 5.5. nejvíce respondentů, tedy 65%, upřednostňuje cestování po České republice, a to zejména proto, že pro většinu seniorů je tuzemská dovolená cenově dostupnější než vycestování za hranice. Zahraniční dovolenou si ročně vybere 32% seniorů a to především z důvodu pobytu u moře a teplejšího klimatu. Jen 3% dotazovaných je lhotejně, kde budou trávit svoji dovolenou.



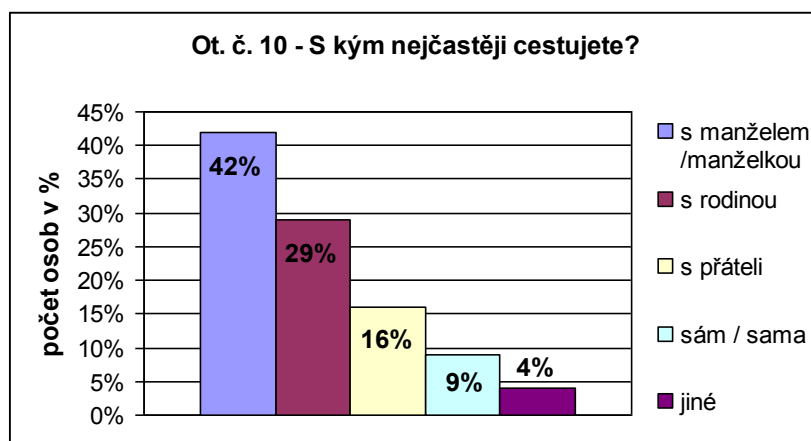
Graf č. 5.5. **Preference tuzemské nebo zahraniční dovolené.** Zdroj: vlastní zpracování

Vzhledem k tomu, že respondenti jsou starší 55 let, v grafu č. 5.6. můžeme vidět, že 54% dává přednost nejteplejšímu období, tedy létu. V tomto období se realizují jak tuzemské dovolené, tak zahraniční. Jaro preferuje pouze 28% seniorů. Podzimnímu a především zimnímu období se senioři vyhýbají. Z grafu je patrné, že o cestování a rekreaci v zimě nemají respondenti zájem.



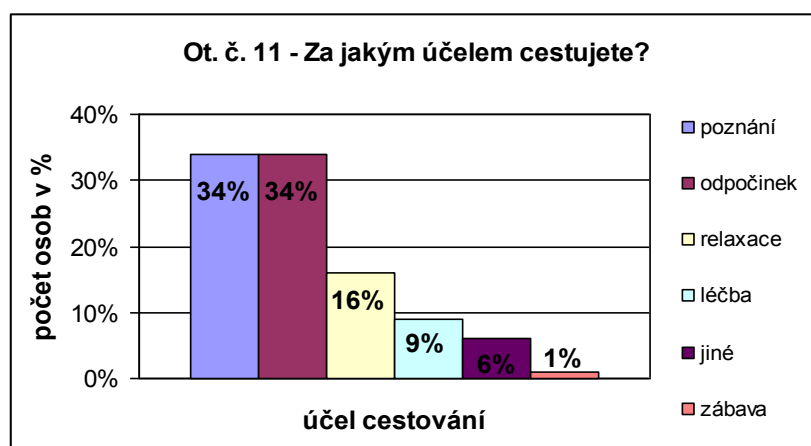
Graf č. 5.6. **Preference ročního období.** Zdroj: vlastní zpracování

Další otázka se týkala osob, se kterými senioři nejraději a nejčastěji cestují. Z grafu č. 5.7. vyplývá společné cestování, především s manželkou/manželem (42%) a rodinnými příslušníky (29%). Na dovolenou s přáteli jezdí 16% seniorů. Tuto možnost vyhledávají především senioři, kteří jsou v nějakém klubu (např. klub seniorů, tělesně postižených, diabetiků, Červený kříž,...). Překvapující je, že 9% respondentů cestuje samo. Poslední možnost si vybralo 4% seniorů, kteří dávají přednost cestování s vnoučaty nebo společně s vnoučaty a přáteli.



Graf č. 5.7. S kým nejčastěji senioři jezdí na dovolenou. Zdroj: vlastní zpracování

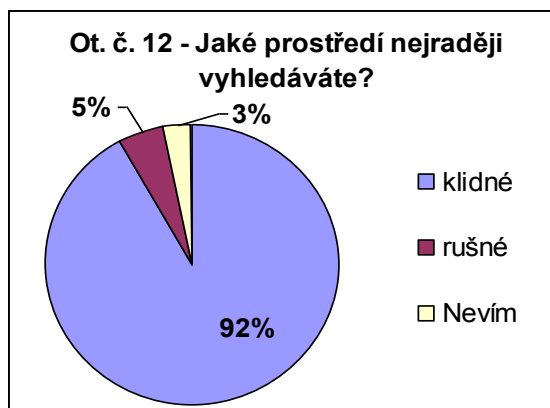
Graf č. 5.8. znázorňuje, za jakým účelem senioři cestují. Velice překvapivé je, že cestování za poznáním láká stejný počet respondentů (34%) jako cestování za odpočinkem (34%). Způsobeno je to dobrým zdravotním stavem, vitalitou seniorů a především touhou stále poznávat něco nového. Lázně a dnešní trend, wellness pobyty, si vybralo 16% respondentů. Jen 9% dotazovaných cestuje za léčebnými účely. Za jiným účelem cestuje 6% seniorů a to především za účelem sportovních aktivit, odpočinku v kombinaci s poznáním nebo jezdí navštívit příbuzné a známé. Za zábavou cestuje jen 1% seniorů.



Graf č. 5.8. Účel dovolené. Zdroj: vlastní zpracování

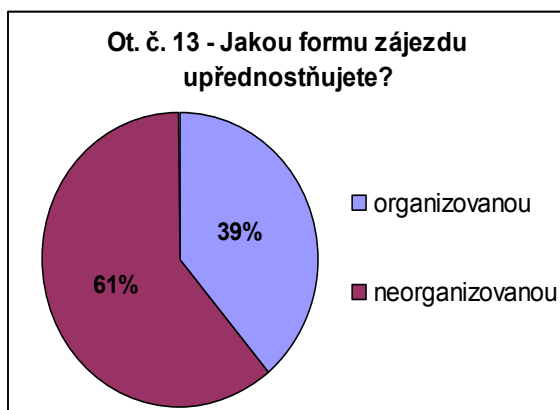
Z dalšího grafu č. 5.9. je patrné, že 92% seniorů vyhledává klidné prostředí pro strávení své dovolené. Není divu, přece jenom senioři jsou zvyklí ve svém věku na klid a pohodu. Proto nechtějí, aby je při dovolené někdo rušil, ať už ve formě hlasité hudby, rušného letoviska nebo dětí ze sousedního pokoje. Naopak se našlo 5% respondentů,

kteří rušné prostředí vyhledávají a to z důvodu, že mají rádi zábavu a lidi kolem sebe. 3% seniorů je lhostejné v jakém prostředí stráví svoji dovolenou.



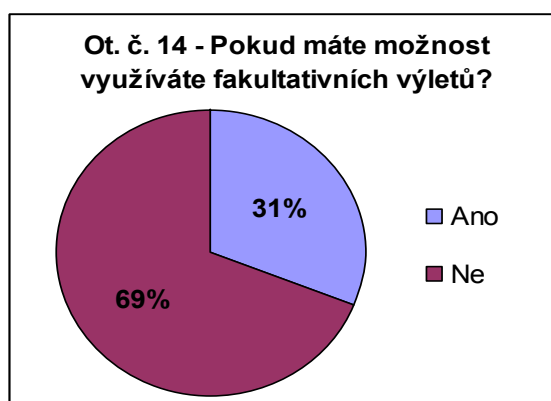
Graf č. 5.9. **Prostředí, které senioři vyhledávají.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.10. znázorňuje, jakou formu zájezdu senioři upřednostňují. Překvapující je, že 61% dotazovaných označilo formu neorganizovanou, tedy dle vlastního uvážení. Je to zapříčiněno především tím, že se senioři nechtějí přizpůsobovat programům nebo průvodcům. Svoji dovolenou si sami rozvrhnou dle jejich uvážení, zdravotního stavu a především dle nálady. Organizovanou formu s průvodcem nebo zajištěným programem si vybralo 39% seniorů.



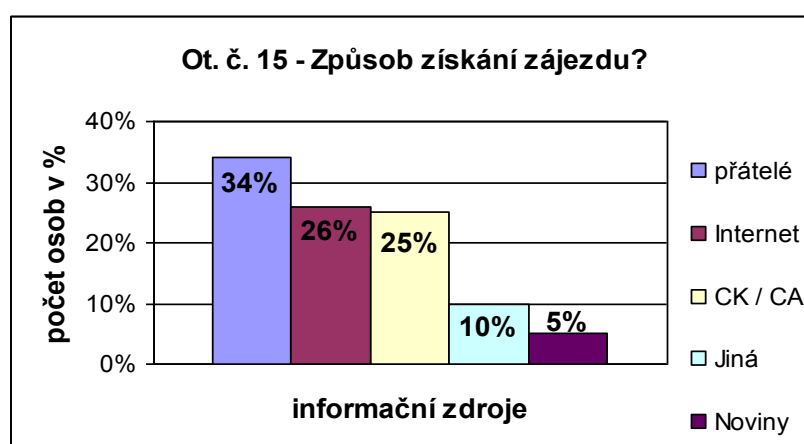
Graf č. 5.10. **Forma zájezdu.** Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu č. 5.11. vyplývá, že fakultativních výletů využívá jen 31% respondentů. Zbývajících 69% této nabídky na svých dovolených nevyužívá. Nemusí to být zapříčiněno tím, že senioři nechtějí využívat fakultativních výletů, ale tím, že jim tuto nabídku na jejich dovolené nenabízejí nebo pro ně není cenově dostupná.



Graf č. 5.11. **Využitelnost fakultativních výletů.** Zdroj: vlastní zpracování

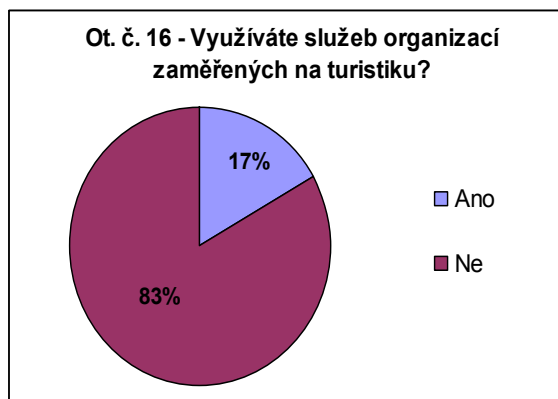
Další otázkou (graf č. 5.12.) jsme se pokoušeli zjistit, jakým způsobem senioři vyhledávají zájezd, respektive svoji dovolenou. Nejvíce, tedy 34% respondentů, dává na rady a doporučení svých přátel, známých a především příbuzných. Je to dáno tím, že s doporučením mají senioři větší jistotu, že s dovolenou budou spokojeni a většinou předem ví, co od ní mají očekávat. Velice překvapující bylo, že 26% seniorů hledá svoji dovolenou na internetu. Způsob získání zájezdu přes cestovní kanceláře nebo agentury využívá 25% dotazovaných. 10% seniorů získává dovolenou přes zdravotní nebo jiné organizace, přes lékaře, kteří jim zájezd naordinují. Další z možností je, že senioři dostanou zájezd od rodiny nebo příbuzných jako dárek ve formě voucheru⁷ nebo dovolenou nehledají a vyrazí dle vlastního uvážení. Způsob získání dovolené přes noviny a jiné propagační materiály využívá 5% dotazovaných.



Graf č. 5.12. **Způsob získání zájezdu.** Zdroj: vlastní zpracování

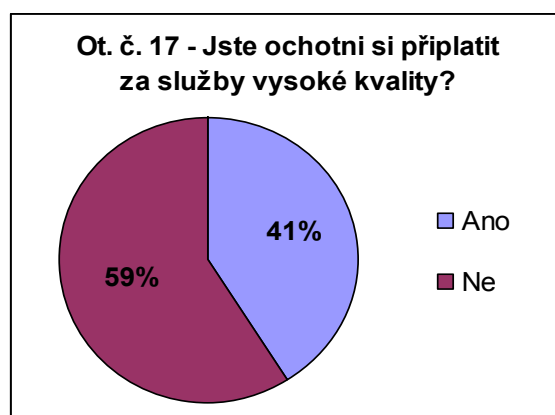
⁷ Voucher = poukázka, která opravňuje držitele k odběru nebo ke slevě z určitého zboží nebo služeb

Jak je zřejmé z grafu č. 5.13. organizace zaměřené na turistiku využívá jen 17% seniorů. Překvapujících 83% dotazovaných tyto organizace nevyužívá a to především proto, že tyto organizace neznají.



Graf č. 5.13. **Využitelnost služeb organizací zaměřených na turistiku.** Zdroj: vlastní zpracování

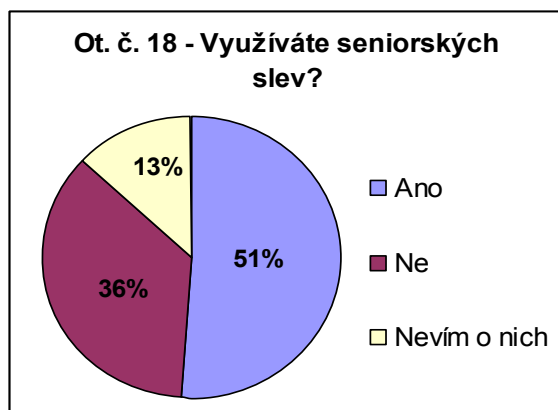
Graf č. 5.14. je zaměřen na ochotu seniorů připlatit si za služby vysoké kvality. Ochotno si připlatit je 41% respondentů, kteří si i přes finanční situaci za pohodlí a kvalitu služeb rádi připlatí. Naopak 59% seniorů není ochotných si za služby vysoké kvality připlatit a to z důvodu, že tyto služby nejsou někdy na takové úrovni, jak si senior představuje, nebo se cena této služby nerovná její kvalitě.



Graf č. 5.14. **Ochota seniorů si připlatit za služby vysoké kvality.** Zdroj: vlastní zpracování

Poslední otázkou dotazníkového šetření byla otázka, zda respondenti využívají seniorských slev (graf č. 5.15). Potěšující skutečností bylo, že více jak polovina seniorů (51%) seniorských slev využívá, což vypovídá o tom, že spadají to kategorie seniorů,

kteří se informují o slevách či akcích kolem sebe. Oproti tomu 36% dotazovaných seniorských slev nevyužívá a to především proto, že v místech jejich cestování, poznání nebo výletů tyto slevy neposkytují nebo také proto, že se o ně nezajímají. V šetření se našla i skupina respondentů (13%), kteří o seniorských slevách neví vůbec. Příčinou je malá propagace těchto slev.



Graf č. 5.15. **Využitelnost seniorských slev.** Zdroj: vlastní zpracování

5.6. *Souhrn výsledků dotazníkového šetření*

Dotazníkové šetření probíhalo v rámci České republiky, ale nejvíce dotazovaných bylo převážně z Jihomoravského kraje. Vzhledem k této situaci se zde prolíná dopad **nízké průměrné mzdy** a tím i důchodů. Pokud bychom stejný průzkum dělali v regionu hlavního města, byla by situace podstatně odlišná. Otázky č. 1 a 2 zjišťovaly obecné informace o respondentech, ze kterých je patrné, že odpovídalo více žen než-li mužů. Nejstarších seniorů, tedy nad 75 let, se zúčastnilo jen 13% vzhledem k tomu, že tato věková skupina už není tak aktivní. Nejvíce dotazovaných bylo ve věku **65 – 74 let** a zbývající část respondentů byli tzv. mladší senioři (55 – 64 let).

Vlivem nízkých finančních prostředků se senioři ve volném čase zaměřují na činnosti jako jsou sledování TV, práce na zahradě, četba, luštění křížovek, jízda na kole, pěší turistika, vaření, šití, pletení nebo se věnují vnoučatům. Přesněji řečeno 63% seniorů tráví svůj volný čas sledováním TV, což není vhodná činnost pro nikoho z nás a už vůbec ne pro seniory. Pokud u televize většina seniorů tráví mnoho času a nevyužívá televizi jenom jako večerní zábavu, nepřispívá to jejich zdravotnímu stavu. Povzbuzující zprávou bylo, že ne všichni senioři tráví svůj čas doma u televize, ale více jak polovina dotazovaných pracuje na zahradě a cestování, jako možnost trávení volného času, zvolila třetina seniorů.

Překvapujícím zjištěním bylo, že pro 62% seniorů **není cestování důležité**. Seniori necestují především kvůli nedostatku finančních prostředků, ze zdravotních důvodů nebo dle jejich názoru nemají už na cestování věk nebo dostatek času. Oproti tomu potěšující bylo, že se v průzkumu našla více jak třetina seniorů, kteří cestování upřednostňují.

Z hlediska četnosti cestování bylo zjištěno, že z důvodu špatného zdravotního stavu někteří seniori už necestují. Tato situace by se měla v budoucnu zlepšit, díky stále se zlepšujícímu zdravotnictví. Více jak polovina seniorů **cestuje jedenkrát nebo dvakrát za rok**, čemuž odpovídá i cena, kterou jsou ochotni za dovolenou utratit. 42% seniorů investuje do cestování jen do 5 000,- Kč. O něco více (do 10 000,- Kč) utratí za dovolenou 28% seniorů a 24% utratí do 20 000,- Kč. Vzhledem k nízkým finančním příjmům seniorů za svoji dovolenou utratí nad 20 000,- Kč jen 6% dotazovaných.

Seniori **cestují** především **v rámci České republiky** a využívají přitom **vlastní** nebo autobusovou **dopravu**. Tato zjištění jsou způsobena nedostatkem finančních prostředků či pohodlností při použití vlastního automobilu. Zahraniční dovolenou, tedy finančně více náročnou, upřednostňuje jen 32% seniorů a z toho jen 23% využívá dopravu leteckou. Z ročních období seniori preferují jaro a léto. Nejteplejší období, tedy **léto**, upřednostňuje více jak polovina dotazovaných. Zimní období pro cestování seniori nevyhledávají.

Seniori nejvíce upřednostňují **společné cestování**, a to nejčastěji s manželem/manželkou nebo s rodinou. Dovolenou strávenou s přáteli volí 16% seniorů a 9% seniorů nejčastěji cestuje samo. Potěšující skutečností je, že nejvíce seniorů jezdí na dovolenou především za **poznáním** nebo **odpočinkem**. Více jak 90% seniorů preferuje **klidné prostředí**, a to proto, že mají rádi svůj klid a pohodu. Více jak polovina dotazovaných si svoji dovolenou plánuje a organizuje dle vlastního uvážení, proto upřednostňují **neorganizovanou formu zájezdu**.

Další otázka zjišťovala využitelnost fakultativních výletů, ze které bylo zjištěno, že většina seniorů těchto výletů nevyužívá z důvodů předražených cen. Největší počet seniorů (34%) při výběru dovolené dává na **radu a doporučení svých přátel a příbuzných**. Na druhém místě (26%) se umístil internet, což svědčí o tom, že i seniori využívají nové moderní technologie. Hned za internetem mají své místo cestovní kanceláře a agentury, následují další organizace, kluby (zdravotní organizace, klub seniorů, diabetiků,...).

Služeb organizací zaměřených na turistiku využívá malé procento seniorů. Více než 80% respondentů tyto organizace nevyužívá a to především proto, že je nezná. Překvapujícím výsledkem bylo, že jen 41% seniorů si je ochotna připlatit za služby vysoké kvality. Zbývajících část není ochotna si za takové služby připlatit z důvodu, že v některých případech ceny za tyto služby neodpovídají kvalitě. Na závěr dotazníkového šetření bylo potěšující zjistit, že polovina seniorů využívá seniorských slev a je o nich dostatečně informovaná. Ale našla se i skupina respondentů, kteří o seniorských slevách vůbec nevědí.

5.7. *Návrhy a doporučení*

Díky dotazníkovému šetření se ukázalo, že seniorský cestovní ruch je v České republice málo rozvinutý a především málo propagovaný. Proto je zde uvedeno několik vlastních návrhů a doporučení, které by mohly zlepšit situaci pro seniory.

Největším problémem seniorského cestovního ruchu je, že senioři nemají v dnešní době dostatek finančních prostředků na uskutečnění své dovolené. Především je to způsobeno nízkými důchody, které jsou ovlivněny nízkou průměrnou mzdou. Dalším důvodem je také zdravotní stav seniorů, který neumožňuje seniorům cestovat. Díky stále se zlepšující zdravotní péči se zdravotní problémy seniorů budou doufejme zlepšovat, a proto v budoucnosti by měl být tento problém minimalizován. S finanční situací to bude složitější, protože v dnešní době není lehké si najít dobře placenou práci nebo si naopak takovou práci udržet. Na dobře placenou práci je většinou třeba vysokoškolského vzdělání nebo alespoň mnoho zkušeností a především znalostí. Vzhledem k situaci, která předpokládá, že v budoucnu bude seniorů čím dál více, bude velice náročné si dobře placenou práci udržet až do důchodu.

Další možností, jak zlepšit finanční situaci této velmi početné a stále narůstající skupiny lidí je, že by se mohl více starat stát. Z pohledu lidí by se měl vyvíjet tlak na stát, aby požádal Evropskou unii o dotace např. na speciální kurzy cizích jazyků pro osoby starší 55 let nebo na ostatní kurzy, které by si senioři mohli udělat, aby zdokonalili své znalosti či dovednosti.

Velkým problémem je malá, a proto nedostačující propagace seniorských slev, zájezdů a pobytů pro seniory. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že polovina dotazovaných seniorských slev nevyužívá nebo dokonce o nich nemá žádné informace. Vzhledem k pokročilému věku této skupiny lidí by se mělo přistoupit k jiným propagačním zdrojům,

než jaké využívají teď. Je sice aktuální propagovat se pomocí internetu, ale ne každý senior má k němu přístup. Proto je potřeba poskytovat informace o zájezdech, pobytech, slevách a kurzech pomocí speciálních časopisů, letáků nebo reklam v televizi. Nejlepší variantou by byl speciální časopis, který by byl vydáván alespoň 4x do roka, např. dle ročního období. V časopise by senioři našli jak informace o aktuálním dění v České republice, tak informace o možnostech v oblasti cestovního ruchu a především by byli informováni o seniorských slevách.

Kladným počinem je nejen unikátní projekt Senior point, ale také seniorské programy a cestovní kanceláře, které se zaměřují na pobyty a zájezdy pro seniory. Senior point vznikl v Jihomoravském kraji na podporu obyvatelstva ve věku od 55 let. Pomalu se rozšiřuje i do kraje Moravskoslezského a dalších. Tento projekt si klade za cíl zapojit seniory do aktivního způsobu života kolem nich, pomoci se orientovat v každodenní záplavě informací a vytvářet podmínky s poskytovateli slev projektu Senior Pas. Díky Senior Pasu, který je určen taktéž osobám ve věku od 55 let, mohou senioři uplatnit slevy ve zdravotnictví, lázeňství, wellness, cestování, stravování, ubytování, vzdělávání, k návštěvě muzeí, galerií, nebo i spotřebních nákupů. Projekt Senior Pas vydává svůj stejnojmenný časopis, kde senioři naleznou všechny potřebné informace. Nevýhodou těchto projektů je malá propagace a rozšířenost v České republice. Když se seniorský cestovní ruch rozvíjí, počet cestovních kanceláří zaměřujících se na tuto formu je nedostačující. Do budoucna by měly cestovní kanceláře rozšířit svoje nabídky o speciální nabídky pro seniory, protože seniorů bude přibývat a o tyto nabídky bude stále větší zájem. A především by měly zvýšit propagaci těchto produktů nejen na internetu, ale například vydáváním časopisu, který by zahrnoval souhrn nabídek pro seniory všech cestovních kanceláří.

Z pohledu seniorů by mělo jít také o větší informovanost a především by neměli ztrácet chuť do života. Měli by se více informovat o produktech, které jsou navrženy přímo pro ně a využívat těchto nabídek. Pokud jim to zdravotní stav umožňuje, tak cestovat nejen v rámci České republiky, ale také vyjet do zahraničí a poznávat krásy ostatních zemí.

Je demograficky prokázáno, že podíl seniorů má zvyšující se charakter a především do budoucna se dá předpokládat, že význam seniorského cestovního ruchu bude vzrůstající. Projekt cestování pro seniory je v ČR jeden z mála projektů, který je podporován Ministerstvem pro místní rozvoj. Vzhledem k této situaci by měla Česká republika začít podporovat organizace poskytující služby pro seniory.

6. ZÁVĚR

Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Patří mezi jedno z nejdynamičtějších odvětví ekonomiky, které se neustále rozvíjí a stává se tak součástí životního stylu lidí na celém světě. Jednou z forem cestovního ruchu je právě seniorský cestovní ruch, do kterého řadíme lidi ve věku nad 55 let. V dnešní době senioři vytváří stoupající potenciál trhu, který představuje nezanedbatelný zdroj příjmů. Důvodem je snižující se úmrtnost seniorů a naopak malá porodnost. Neustále se zvyšuje atraktivita seniorského cestovního ruchu a to především z důvodu postupného stárnutí populace, prodlužování průměrného věku, růstu kondice a především zlepšováním zdravotní péče.

Cílem bakalářské práce je vymezení pojmu seniorský cestovní ruch včetně jeho segmentů a charakteristických rysů, dále získat přehled o propagaci této formy CR a v neposlední řadě analyzovat seniorský cestovní ruch z pohledu seniorů v České republice. Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické práci je vysvětlen cestovní ruch obecně, poté je vymezena problematika seniorského cestovního ruchu spolu se segmenty a typickými rysy. Praktická část je zaměřena na analýzu seniorského cestovního ruchu v České republice a popisuje programy a projekty této formy CR. Takto stanovený cíl práce byl naplněn a zpracování bakalářské práce přineslo autorce nejen nové zkušenosti v oblasti cestovního ruchu pro seniory, ale především byl získán přehled o stále se rozvíjícím potenciálu cestovního ruchu, tedy seniorském CR.

Pro dosažení cílů práce je zvolena metoda dotazníkového šetření, pomocí kterého se získávaly informace formou osobního kontaktu s cílovou skupinou. Na základě šetření jsou v bakalářské práci uvedeny návrhy a doporučení, které by mohly přispět ke zlepšení situace v oblasti seniorského cestovního ruchu. Jelikož většina seniorů necestuje z důvodu nedostatku finančních prostředků, mohl by se více zapojit stát a přispívat organizacím, které se zaměřují na seniory nebo by mohl požádat Evropskou unii o dotace na vzdělávací kurzy pro seniory. Dále by cestovní kanceláře měly rozšířit a více zviditelnit nabídky zájezdů a pobytů připravených pro seniory.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní zdroje:

- [1] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a veřejnost*. 2. ,upr. vyd. Praha: Fortuna, 2010. ISBN 978-80-7373-079-6
- [2] HAŠKOVCOVÁ, Helena. *Fenomén stáří*. 2. vyd. Praha : Havlíček Brain Team, 2010. ISBN 978-80-87109-19-9.
- [3] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: Pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Nakladatelství Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
- [4] HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha 7: Grada Publishing, a.s., 2003. ISBN 80-247-0202-9.
- [5] INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: základy*. Praha: Nakladatelství Oeconomia, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.
- [6] JANOTOVÁ, Markéta et al. *Venkovský cestovní ruch: příležitost pro nové podnikání*. Klatovy: Úhlava, 2011. ISBN 978-80-903851-7-7.
- [7] KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-861-1956-4.
- [8] PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea Servis, 2007. ISBN 978-808-5970-555.
- [9] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [10] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing a.s., 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [11] SCHMEIDLER, Karel. *Problémy mobility stárnoucí populace*. Brno: Novpress, 2009. ISBN 978-80-87342-05-3.

[12] VYSTOUPIL, Jiří. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4167-6.

[13] VYSTOUPIL, Jiří et al. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.

Internetové zdroje:

[14] Český statistický úřad. [online]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z:
<http://www.czso.cz/animgraf/cz/>

[15] Český statistický úřad. [online]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z:
http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vekova_skladba_obyvательства_v_roce_2066

[16] Demografie [online]. [cit. 2013-04-04]. Dostupné z:
http://www.demografie.info/?cz_detail_clanku&artclID=201

[17] Senior Pas - slevy a výhody pro seniory [online]. [cit. 2013-04-04]. Dostupné z:
<http://www.seniorpasy.cz/>

[18] Klub českých turistů. [online]. [cit. 2013-04-04]. Dostupné z:
<http://www.kct.cz/cms/o-organizaci-klubu-ceskych-turistu>

[19] Klub českých turistů. [online]. [cit. 2013-04-04]. Dostupné z:
<http://www.kct.cz/cms/sites/default/files/users/user1/foto/loga/logo-kct-velke.jpg>

[20] Klub českých turistů. [online]. [cit. 2013-04-04]. Dostupné z:
<http://www.kct.cz/cms/turisticke-znaceni-kct>

[21] Klub českých turistů. [online]. [cit. 2013-04-04]. Dostupné z:
<http://www.kct.cz/cms/mezinarodni-aktivity>

[22] Centrum pro rodinu a sociální péči. [online]. [cit. 2013-04-06]. Dostupné z:
<http://www.crsp.cz/projekty/projekty/17-klas-klub-aktivnich-senioru>

[23] Senior point. [online]. [cit. 2013-04-06]. Dostupné z:
<http://www.seniorpointy.cz/o-projektu.php>

[24] CESTOVÁNÍ pro seniory. [online]. [cit. 2013-04-07]. Dostupné z:
<http://www.cestovaniproseniory.cz/cz/>

SEZNAM ZKRATEK

AIEST = International Association of Scientific Experts in Tourism – Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu

CA = cestovní agentura

CK = cestovní kancelář

CR = cestovní ruch

ČCCR = Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism

WTO = World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Uherském Hradišti dne 10. 5. 2013



Michaela Plchová

SEZNAM TABULEK

Tab. 4.1. **Stárnutí obyvatelstva vyspělých regionů světa**, Zdroj: [16]

Tab. 4.2. **Pořadí evropských zemí podle podílu osob ve věku 65 let (v %)**, Zdroj: [16]

Tab. 5.1. **Síť kontaktních míst**, Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 5.2. **Četnost cestování seniorů (ročně)**, Zdroj: vlastní zpracování

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 5.1. **Činnosti, které senioři dělají ve volném čase.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.2. **Hraje cestování v životě seniorů důležitou roli.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.3. **Roční útrata za dovolenou.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.4. **Nejčastější doprava pro cestování.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.5. **Preference tuzemské nebo zahraniční dovolené.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.6. **Preference ročního období.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.7. **S kým nejčastěji senioři jezdí na dovolenou.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.8. **Účel dovolené.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.9. **Prostředí, které senioři vyhledávají.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.10. **Forma zájezdu.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.11. **Využitelnost fakultativních výletů.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.12. **Způsob získání zájezdu.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.13. **Využitelnost služeb organizací zaměřených na turistiku.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.14. **Ochota seniorů si připlatit za služby vysoké kvality.** Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 5.15. **Využitelnost seniorských slev.** Zdroj: vlastní zpracování

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 4.1. **Věková struktura obyvatelstva ČR r. 2010**, Zdroj: [14]

Obr. 4.2. **Věková struktura obyvatelstva ČR r. 2066**, Zdroj: [15]

Obr. 5.1. **Logo Senior Pasů**, Zdroj: [17]

Obr. 5.2. **Slevová karta Senior Pas**, Zdroj: [17]

Obr. 5.3. **Logo Klubu českých turistů**, Zdroj: [19]

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 **Dotazník**, Zdroj: vlastní zpracování

Dobrý den,

jmenuji se Michaela Plchová a jsem studentkou Vysoké školy báňské na detašovaném pracovišti v Uherském Hradišti. Studuji obor Ekonomika cestovního ruchu a součástí mé bakalářské práce na téma: Cestovní ruch pro seniory je právě tento dotazník. Proto bych Vás chtěla poprosit o jeho vyplnění. Dotazník je anonymní a výsledky budou použity jen pro účel bakalářské práce.

Předem Vám moc děkuji za Vás čas a ochotu.

1. Jaké jste pohlaví?

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Muž | <input type="checkbox"/> žena |
|------------------------------|-------------------------------|

2. Kolik je Vám let?

- | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 55 – 64 let | <input type="checkbox"/> 65 – 74 let | <input type="checkbox"/> 75 a více let |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--|

3. Co nejraději děláte ve volném čase? (možno volit více odpovědí)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Čtu | <input type="checkbox"/> Věnuji se vnučatům |
| <input type="checkbox"/> Luštím křížovky | <input type="checkbox"/> Pracuji na zahradě |
| <input type="checkbox"/> Dívám se na TV | <input type="checkbox"/> Cestuji |
| <input type="checkbox"/> Jiné..... | |

4. Hraje cestování ve Vašem životě významnou roli?

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ano | <input type="checkbox"/> Ne |
|------------------------------|-----------------------------|

5. Jak často cestujete (ročně)?

.....

6. Kolik v průměru utratíte ročně za dovolenou (za jednu osobu)?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> do 5 000,- Kč | <input type="checkbox"/> 11 000 – 20 000,- Kč |
| <input type="checkbox"/> 5 000 – 10 000,- Kč | <input type="checkbox"/> více než 20 000,- Kč |

7. Jaký typ dopravy upřednostňujete pro cestování?

- | | |
|------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Auto | <input type="checkbox"/> Letadlo |
| <input type="checkbox"/> Autobus | <input type="checkbox"/> Vlák |
| <input type="checkbox"/> Jiné..... | |

8. Co více preferujete?

- Českou republiku
- Zahraničí
- Nevím

9. Jakému ročnímu období dáváte pro cestování přednost?

- Jaro
- Podzim
- Léto
- Zima

10. S kým nejčastěji cestujete?

- S rodinou
- S manželem / manželkou
- Sám / sama
- S přáteli
- Jiné.....

11. Za jakým účelem cestujete?

- Poznání
- Léčba
- Odpočinek
- Zábava
- Relaxace
- Jiné.....

12. Jaké prostředí nejraději vyhledáváte?

- Rušné
- Klidné
- nevím

13. Jakou formu zájezdu upřednostňujete?

- Organizovanou (s průvodcem)
- Neorganizovanou (dle vlastního uvážení)

14. Pokud máte možnost využíváte fakultativních výletů? (Fakultativní výlet = zpravidla jednodenní výlet za poznáním charakteristických míst dané země.)

- Ano
- Ne

15. Způsob získání zájezdu?

- CK / CA
- Přátelé
- Internet
- Noviny
- Jiné.....

16. Využíváte služeb organizací zaměřených na turistiku? (např. Klubu českých turistů)

- Ano
- Ne

17. Jste ochotni si připlatit za služby vysoké kvality?

- Ano
- Ne

18. Využíváte seniorských slev?

- Ano
- Ne
- Nevím o nich

